ظاهرة الإعلام الإجتماعي

وأبعادها الاقتصادية والسياسية والأمنية في العالم العربي

د. حمدي بشير



ظاهرة الإعلام الإجتماعي
وأبعادها الاقتصادية والسياسية
والأمنية في العالم العربي



ظاهرة الإعلام الإجتماعي

وأبعادها الاقتصادية والسياسية والأمنية في

العالم العربي

تأليف

الدكتور حمدي بشير

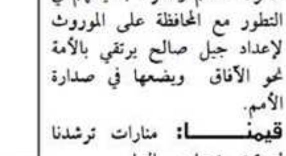


الطبعة الأولى 2014

محفوظة جميع الحقوق

رقم التصنيف	: 302.23
المؤلف ومن هو في حكمه	: حمدي بشير
عنوان الكتاب	: ظاهرة الإعلام الإجتماعي وأبعادها الاقتصادية والسياسية والأمنية في العالم العربي
بيانات الناشر	: أمواج للنشر والتوزيع، عمان – الأردن
عدد صفحات الكتاب	: 166
رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية	: (2014/4/1611)
الرقم المعياري الدولي (ISBN)	: 978 -9957 -567 -75 -0
الواصفات	: /الإعلام//المجتمع/

- يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبّر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.
- تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية



رؤيتنا: العلم والثقافة أساسان متينان للحياة السوية على طريق النجاح والعمل الإبداعي

رسالتنا: نشر الإبداعات في شتى صنوف العلم والمعرفة بما يسهم في التطور مع المحافظة على الموروث لإعداد جيل صالح يرتقي بالأمة نحو الآفاق ويضعها في صدارة الأمم.

قيمنا: منارات ترشدنا لتحقيق رؤيتنا ورسالتنا

أمواج للطباعة والنشر والتوزيع

المملكة الأردنية الهاشمية - عمان

تلفاكس: 0096264888361/ 0096264889651

:amwajpub@yahoo.com

www.amwaj-pub.com



إهداء

إلى أبي الذي لم يبخل علي يوماً بشيء

وإلى أمي التي ذودتني بالحنان والمحبة أقول لهم: أنتم وهبتموني الحياة والأمل والنشأة على شغف الاطلاع والمعرفة

وإلى ابنائى الأعزاء .....يوسف ومريم .. شمسى وقمرى.... النور الذي ينير لي درب النجاح إلى من كانوا يضيئون لي الطريق ويساندوني ويتنازلون عن حقوقهم لإرضائي والعيش في هناء

وإلى إخوتي وأسرتي جميعاً ثم إلى كل من علمني حرفاً أصبح سنا برقه يضيء الطريق أمامي

أهدي هذا الكتاب المتواضع راجياً من المولى عز وجل أن يجد القبول والنجاح.

مقدمة المؤلف

على الرغم من الدور الهام للإعلام الاجتماعي فى السياق الاجتماعى والاقتصادى والسياسى والأمنى فى المجتمعات العربية، فلا تزال الدراسات في الأوساط الأكاديمية والبحثية حول هذا الموضوع شحيحة، ويعتبر هذا الكتاب ثمرة جهد بحثى متصل حول ظاهرة الإعلام الاجتماعي وأبعادها السياسية والإستراتيجية والاقتصادية، باعتبارها واحدة من أهم الظواهر الاجتماعية والسياسية المعاصرة، التى لا تزال تجذب إليها الباحثين والمحللين فى مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وذلك بهدف التوصل إلى فهم أدق حول الفرص والتحديات التى تفرضها فى عالمنا المعاصر.

فبلا شك،أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال ، وأحدث الإعلام الاجتماعي تطوراً كبيراً ليس فقط في تاريخ الإعلام وإنما في حياة الأفراد والجماعات والمنظمات وتاريخ الدول على كافة الأصعدة ، فجعل أفراد المجتمع يعيشون في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطر على أكثر اهتماماتهم ، وبرز دوره الفاعل في الظروف الطارئة والأحداث العالمية، ولعل أخرها تكاتف مستخدمي هذه الشبكات الاجتماعية لقيادة حملة تبرع كبيرة لضحايا ومنكوبي زلزال هايتي، حيث تم جمع ملايين الدولارات لضحايا هذه الكارثة من خلال هذه المواقع.

فجاء الإعلام الاجتماعى ليشكل عالماً افتراضياً يفتح المجال على مصراعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبوقة ، واستطاعت هذه المواقع أن تمد المواطنين بقنوات جديدة للمشاركة في الأنشطة السياسية، الأمر الذي جعل من السياسة شأناً عاماً يمارسه معظم أفراد الشعب دون أن يكون مقتصراً على فئات دون أخرى، وذلك لأن الإعلام الاجتماعى يشجع الأفراد غير الناشطين أو الفاعلين سياسياً على المشاركة في الفعاليات السياسية.

لقد أصبح الإعلام الاجتماعى مصدرا قلق للنظم التي تنتهك حقوق الأفراد، فأضحى سلاحاً فى يد الناشطين والمتطلعين إلى غد أفضل ينعمون فيه بالحرية والكرامة والمساواة كمواطنين وشعوب ، و يمنحون أصواتهم ويفوضون

وينتخبون حكوماتهم بحرية وبحوار وبمشاركة تامة، وبالتالى فهـو يسـاعد في بنـاء أفراد يمتلكون مستويات عالية من الديموقراطية والمشاركة السياسية .

لقد صعد نجم الإعلام الاجتماعى وأصبح محركـاً وفـاعلاً ومـؤثراً في الثـورات والمظاهرات والأحداث التي شهدتها المنطقة العربية ، فوجد فيه الشـباب العـربي منفذاً للتعبير عن آمالهم وطموحاتهم ورغبـاتهم في التغيـير، وأمتـد دوره ليشـمل الحوار المجتمعى حول القضايا التي أثارت الرأي العـام، فتـداول الأخبـار والصـور ذات التوجه السياسي عبر وسائل الإعلام الجديـدة، أرغـم بعـض الحكومـات عـلى اتخـاذ قـرارات، أو التراجـع عـن قـرارات، بسـبب الاحتجـاج الجماهـيري الواسـع، فـدخلت الأقطـار العربيـة مرحلـة جديـدة بكـل مـا تعنيـه الكلمـة مـن معنـى، وارتفعت الأصوات المطالبة بالتغيير في مناطق عدة من أرجاء الوطن العربي.

إن ظهور نجم الإعلام الاجتماعى وتـأثيره عـلى المجتمعـات البشريـة لا يقـل أهمية وتأثيراً عما شهدته من اختراعات عبر تاريخها والتى أثرت تأثيراً جذرياً على حياة الناس، من حيث سرعة ذلك التأثير وعمقه وانتشاره وإمكاناته الكامنة التـى لم يظهر منها حتى الآن سوى قمة جبل الجليد ، فغير مفاهيم الاتصال والتواصـل والتفاعـل الاجتماعـى، وطريقـة تسـويق المنتجـات وبيعهـا، وطريقـة تواصـل الحكومات مع مواطنيها ، وطريقة أداء الشركات لأعمالها .

ويأتى هذا الكتـاب فى الوقـت الـذى لا تـزال فيـه ثـورات الربيـع العـربى تعصـف بعالمنـا العـربى المعـاصر، الأمـر الـذى يتطلـب منـا القـراءة فى العوامـل التـى سـاعدت على امتداد هذه الثورات وانتشارها ، ومنهـا تـأثير انتشـار ظـاهرة الإعـلام الاجتماعـى ، والتعرف عـلى الفـرص والتحـديات التـى فرضـتها تلـك الظـاهرة فى مختلـف المجـالات، فقد تنامى استخدام الإعلام الاجتماعي وارتفعت شعبيته في المنطقة بأكملهـا منـذ عـام 2011، و لم تكن الحركات الشعبية التي اجتاحـت المنطقـة هـى العامـل الوحيـد لهـذه الثورات، بل هناك عوامل أخرى ومن بينها ظاهرة الإعلام الاجتماعى ، التى امتد تأثيرها لتتسـلل إلى جميـع جوانـب الحيـاة اليوميـة لملايـين مـن العـرب ، فاتجهـت حكومـات المنطقة تدرك إمكانات ذلك النوع الجديد من الإعلام والفرص والتحديات الأمنيـة التـى يفرضها ، فهو من ناحية يمثل فرصة لتطوير نماذج حكم أكثر شفافية ومشـاركة وشـمولاً

لقطاعات مجتمعية واسعة ، وزياد التفاعل الاجتماعي والاندماج الـوطنى ، لكنـه يفرض تحديات أمنية أخـرى ومنهـا التجسـس الأمـريكي والاسرائـيلى عـلى الـدول العربية ، وهو ما سوف تعرضه الفصول القادمة بشىء من التفصيل.

ووفقاً لذلك، فـإن هـذا الكتـاب يسـلط الضـوء عـلى التحـولات الاجتماعيـة والثقافية والاقتصادية والسياسية والأمنية فى ظل المتغـيرات الراهنـة ، مـن خـلال خمسـة فصـول رئيسـية تتنـاول وتنـاقش بالتحليـل تـأثير الأشـكال الجديـدة مـن التطورات التكنولوجية فى السلوك الاجتماعـى والنشـاط الاقتصـادى والسـياسي في سياق الدول العربية، وتسليط الضوء عـلى عمليـة الـترابط بـين العمـل الجماعـي وتكنولوجيات الاتصال الجديدة ، ودراسة مختلف الرؤى النظرية والتحليلية التي يمكن أن تساعد فى دراسة تأثير الإعلام الاجتماعي في العالم العربى.

ولا بـد أن أعـترف أن هـذا الجهـد المتواضـع مـا هـو إلا نتـاج تحليـل مـادة جمعتها من الكتب والدراسات والتقارير والبيانات والإحصاءات وأخبـار الصـحف العربية والأجنبية، وقد أجتهدت فى تحليلها جميعاً لاسـتخلاص اسـتنتاجات حـول طبيعة الظاهرة وأبعادها، حتـى نسـتفيد مـن الفـرص التـى توفرهـا ونحـذر مـن التحديات التى تفرضها علينا فى عالمنا العربى.

وفى الختام، لا يسعنى سوى أن أتوجه بخالص الشـكر والتقـدير إلى أسـاتذتى الكرام عـلى مـا وجـوه لى مـن النصـح والإرشـاد ، وعـلى رأسـهم الأسـتاذ الـدكتور إبراهيم أحمد نصر الـدين أسـتاذ العلـوم السياسـية بجامعـة القـاهرة ، والأسـتاذ الـدكتور مغـاورى شـلبى عـلى الخبـير الاقتصـادى بمكتـب السـيد وزيـر التجـارة والصناعة الذى شجعنى مراراً وتكراراً على المضى قدماً فى مجال البحـث العلمـى ، وعلى الفريق الفنى والمحترف فى دار أمواج للطباعة والنشر والتوزيع عـلى إخـراج هذا الكتاب بهذا الشـكل اللائـق ، وأخـيراً أهـدى هـذا العمـل إلى أبنـائى الأعـزاء يوسف ومريم .

والـلـه من وراء القصد ....وهو المنتهى ...

دكتور: حمدى بشير محمد علي

القاهرة ، فبراير 2014

الفصل الأول

التعريف بظاهرة الإعلام الاجتماعي

الفصل الأول

التعريف بظاهرة الإعلام الاجتماعي

يهـدف هـذا الفصـل إلى اطـلاع القـارئ عـلى ظـاهرة الإعـلام الاجتماعـى، والعوامل التى أثرت فى تطورهـا ، وأشـكالها المختلفـة ، حيـث تشـهد مجتمعاتنـا المعـاصرة العديـد مـن الظـواهر الاجتماعيـة المتداخلـة والمترابطـة، نتيجـة تـأثير متغيرات هامة في حياتنا المعاصرة غيرت من مجريات الحياة بشكل جـذري، مثـل التفاعل الخلوي والتفاعل عبر الإنترنت، الذي قلـب التفاعـل الـبشري مـن تفاعـل تقليدي مباشر إلى تفاعل أيقوني رقمي ، ولذلك فإننا ندرس تلك الظاهرة ونتائجها وآثارها الايجابية والسلبية، بهدف الاسـتفادة مـن ايجابياتهـا ومواجهـة تحـدياتها بناء على التعرف على خصائصها وأطوار نموها وتـداخلها مـع الظـواهر المختلفـة، لان التعرف على الظاهرة وآثارها بلا شـك يتـيح للمجتمـع وللمؤسسـات المهتمـة كيفية الاستفادة منها ووضع الحلول الملائمة بناء على التشـخيص العلمـي السـليم لها.

فقد كان من أهـم إنجـازات ثـورة تكنولوجيـا المعلومـات والاتصـالات التـي شـهدها العـالم، والتطـور المـذهل لشـبكة المعلومـات الدوليـة الإنترنـت وانتشـار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايـد تطبيقاتهـا في مجـال الإعـلام والاتصـال، ظهـور نوع جديد مـن الإعـلام، وهـو الإعـلام الاجتماعـى ، الـذي يعتـبر ظـاهرة إعلاميـة جديدة فريدة من نوعها ، تتميـز بسرعـة الانتشـار والوصـول إلى أكـبر عـدد مـن الجمهور وبأقصر وقت ممكن وبأقل تكلفة، فبات يشكل نافذة مهمة جداً لـنشر المعلومات والحصول عليها.

فظهر ما يعرف بجيل الفيسـبوك ، وأصـبحت شـبكات التواصـل الاجتماعـى وسـيلة للتواصـل بـين النـاس ، وأصـبح الفـرد بمثابـة مؤسسـة إعلاميـة يـنشر مـواده الاعلاميـة عـلى شـبكات التواصـل وقـتما يشـاء وبالطريقـة التـى يشـاء ، فأتـاح الإعـلام الاجتماعـى فرصـاً عديـدة منهـا التشـارك بالمعلومـات بـين جميـع مشتركي الشبكة مع إمكانيات التفاعل المباشر والحر، فظهـر مـا يسـمي بـالمواطن الصحفي ، فصار بإمكان الشخص الذي يعيش الأحداث أن يصورها أو يكتب عنها ويرسـل مـا يصـور أو يكتـب عـلى الحـائط الاجتماعـى ، فتسـارع إليـه الصـحف والقنوات التليفزيونية المتلهفة للأخبار من مناطق لم يسـتطع مراسـلوها الوصـول

إليها ، إما بسبب النظام الحاكم لخوفه من معرفة العـالم بما يحـدث أو لصـعوبة الوصول للحدث الذي قد يتعدى وقته دقائق فقط.

ومن ثم فقد جذبت ظاهرة الإعلام الاجتماعى انتباه المتخصصـين والبـاحثين فى مختلـف التخصصـات والمجـالات الاجتماعيـة والثقافيـة والسياسـية والأمنيـة ، وأصـبح مسـتخدموا الانترنـت في العـالم في تزايـد مسـتمر، و اسـتطاع الإعـلام الاجتماعـى أن يفـرض واقعـاً مختلفـاً عـلى الصـعيد الإعلامـي والثقـافي والفكـري والسياسي فى مجتمعاتنا المعاصرة.

لمحة تاريخية :-

لقد ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الإنترنـت في إيجـاد شـكل جديـد من الإعلام، حيث تزايد إقبال العديد مـن الأفـراد عـلى اسـتخدام وسـائل الإعـلام الاجتماعى للتواصل فيما بينهم لتبـادل الأخبـار والآراء حـول الأحـداث الجاريـة ، فتطورت من أداة للتسلية بمشاركة الصور وأشرطة الفيـديو ، حتـى أصـبحت أداة للتغيير الاجتماعى والاقتصادى والسياسى، إلى أن شاع اسـتخدامها فى العديـد مـن المجالات، فساهمت فى الإطاحة بالحكومـات الاسـتبدادية فى دول الربيـع العـربى، بل أصبحت الحكومات الحالية تلجـأ إليهـا لقيـاس الـرأى العـام المحـلى والعـالمى لتتابع ردود الفعل على سياستها المحلية والخارجية [1].

وينبغي أن نلاحظ بداية أن أول ظهور لهذه الشبكات كان في بدايـة العقـد الأخير من القرن العشرين ، وبالتحديد فى منتصف التسعينيات من القرن المـاضى، حيث استطاع راندي كونرادز فى عـام 1995 أن يصـمم موقـع Classmates.com الذي سمح للمستخدمين بالاتصال ببعضـهم الكترونيـاً، ويعتـبر هـذا الموقـع هـو الأول من نوعه ، الذى سمح لمستخدمى وسائل الإعلام الاجتماعى للتواصل [2] .

وفي عـام 1997، تـم إنشـاء موقـع SixDegrees.com ، والـذي كـان أول موقـع للشـبكات الاجتماعيـة يسـمح للمسـتخدمين بإنشـاء روابـط مبـاشرة مـع الآخـرين،وعلى هـذا النحـو، يعتـبر موقـع SixDegrees.com هـو الموقـع الأول الذى ينطبق عليه مفهـوم الإعـلام الاجتماعـى، ثـم تـوالى تأسـيس مواقـع الشـبكات الاجتماعيـة، إلى أن اسـتقطبت الملايـين حـول العـالم، و بـدأت تتزايـد شـعبيتها عـلى الانترنت ، ومن ثم ظهـرت وازدهـرت مـع أوائـل الألفيـة الثالثـة ، مواقـع الصـداقة،

مثل موقع فريندستر للتواصل بين أصدقاء ، الـذى بـدأ كمنـافس لموقـع التعـارف Match.com عـلى الانترنـت، وظهـرت مواقـع أخـرى مشـابهة في نفـس الفـترة الزمنية، ففي عام 2003، تم إنشاء " ماى سبيس My Space" كبديل لفريندسـتر، وحقق ماي سبيس شعبية كبيرة جداً بين المستخدمين، ليصبح بسرعة أكبر شـبكة اجتماعيـة عـلى الانترنـت [3] ، مـع ارتفـاع شـعبية الشـبكات الاجتماعيـة عـلى الانترنت،تطورت إلى العديد من الأنواع الأخرى، لتشمل فليكـرFlicker " ،مواقـع نشر مقـاطع الفيـديو مثـل" اليوتيـوب You Tube"،و"الفيسـبوك facebook"، و"تــوتيرTwitter، "جوجــل+Googlepluse"، و" لايــف بــوون Life boon "،و"لينكدإن LinkedIn"،ومواقع المدونات ويكيبيـديا، وغيرهـا، ولكـل مـن هـذه المواقـع أهـداف مختلفـة ولكـن بإسـتراتيجية مشـتركة هـى اسـتغلال الشـبكة الاجتماعية لتحسين مواقعهم [4].

وقد ظهر موقع لينكدإن في ديسمبر 2002 ، وبدأ التشغيل الفعلي في 5 مايو 2003 كشـبكة تواصـل مهنيـة بــ 19 لغـة عالميـة، منهـا الإنجليزيـة والفرنسـية والألمانيـة والإسـبانية والبرتغاليـة والروسـية والتركيـة واليابانيـة ، وفي مـايو 2011 بدأت أسهم لينكدإن تتداول في بورصة نيويورك، وبدأت لينكدإن بتحقيق الأرباح بعد 3 سنوات من إطلاقها وتحديدًا في مارس 2006، وكان قد تـم الاسـتثمار فيهـا عدة مرات حتى بلغ مجموع تلك الاستثمارات 103 مليـون دولار في ينـاير 2011، وفي يونيـو 2008، قامـت شركـة سـيكويا كابيتـال، وغريلـوك بـارتنرز، وشركـات استثمارية أخرى بشراء 5% من الشركة مقابل 53 مليون دولار، بعدها تـم تقيـيم الشركة بحـوالي مليـار دولار، في 2010 فتحـت شركـة لينكـدإن مقرهـا الأوروبي في دبلن في إيرلندا، وحصلت على 20 مليون دولار كاستثمار من شركة تايغر غلوبـال مانجمنت إل إل سي وتم تقييم لينكدإن بحوالي 2 مليار دولار، وأعلنت الشركة في نفس العام عن أول استحواذ لها، حيث قامـت بالاسـتحواذ عـلى شركـة mSpoke كما حسنت العضويات المميزة والتي كانت نسبتها 1% من مجمل الاشـتراكات في الموقع ، وفي أكتوبر من نفس العام قامت سيليكون فالي إنسايدر بوضع لينكـدإن في الترتيب العاشر في قائمة أفضل 100 شركة تقنية ناشئة، وفي ديسمبر كانت قيمة الشركة في الأسواق الخاصة تساوي 1.575 مليار دولار.

وعن تطور استخدام الفيسبوك كشف الصحفى الطموح ديفيد كيركباتريك فى كتابه " تأثير الفيسبوك "، بعد أن استطاع أن يدعو زوكربيرج الرئيس التنفيذي لشركة الفيسبوك ، لجمع المواد اللازمة لهذا الكتاب ، عن التاريخ الرسمي لبدء نشاط الفيسبوك من غرفة طالب جامعة هارفارد ، الذى لم يكن المقصد منه سوى أداة للتسلية والتواصل مع أصدقائه بعيدا عن المناهج الدراسية ، ففي أوائل 2004 أنشأ زوكربيرج (مواليد 14 مايو 1984) الفيسبوك بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز وكريس هيوز الذين تخصصا في دراسة علوم الحاسب ، حيث كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، لكن ما أدهش زوكربيرج هو انتشار الفيسبوك بسرعة إلى الجامعات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج وجامعة ستانفورد، ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية، حتى أصبح الفيسبوك موضعا للتنافس بين الشركات التكنولوجية الكبري مثل مايكروسوفت وجوجل وياهو، ويسرد الكتاب محاولات شرائه حتى تمكنت مايكروسوفت شراء الفيسبوك بمبلغ 240 مليون دولار عام 2007 [5].

ويقدر الاقتصاديون القيمة السوقية للفيسبوك بحوالى 15 مليار دولار في وقت البيع، ولكن، يعتقد معظم المحللين أن القيمة الفعلية للشركة أقل بكثير، فمبلغ 240 مليون دولار التي دفعتها شركة مايكروسوفت تشمل أقساط التأمين وتكاليف الإعلانات العالمية.

ثم ظهر موقع اليوتيوب في 14 فبراير سنة 2005 ، عندما استطاع ثلاث موظفين في شركة باي بال ، تشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كريم، في مدينة سان برونو، سان ماتيو، كاليفورنيا،بالولايات المتحدة الأمريكية، أن يستخدموا تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة ومقاطع الأفلام، والتلفزيون، والموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة، وغيرها. في أكتوبر 2006 أعلنت شركة جوجل الوصول لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي أي ما يعادل 1.31 مليار يورو.

ثم ظهر موقع تويتر في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Odeo الأميركية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقته الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، وبعد ذلك بدأ الموقع في

الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007 من حيث تقـديم التـدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة Odeo بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter .

ظاهرة الإعلام الاجتماعى:

تعتبر ظاهرة الإعـلام الاجتماعـى Social Media ظـاهرة اجتماعيـة وتقنيـة وثقافية فريدة من نوعها وقد غيرت مجـرى التفاعـل الاجتماعـي إلى الأبـد ، وقـد عرف أندرياس كابلان ومايكل هانلين وسائل الإعلام الاجتماعيـة بأنهـا "مجموعـة من تطبيقات الإنترنت التي تبني على الأسس الأيديولوجية والتكنولوجيـة، والتـي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي يتم إنشاؤه ، بينما التواصـل الاجتماعـي هـو تضافر الناس وتفاعلهم مع بعضهم البعض، و يتضمن على المستوى الفـردي عـدد العلاقات التي تربط الفرد بالآخرين في الـدائرة الاجتماعيـة التـي تشـمل العائلـة والأصدقاء ويتضمن علاقات تتخطى الدوائر الاجتماعية للفرد وحتـى المجتمعـات الأخرى [6].

ويعرف الإعلام الاجتماعى بأنه مصطلح يشير إلى أشكال التواصـل الإلكـتروني المختلفة التي أصبحت ممكنة من خلال اسـتخدام تقنيـات الحاسـب الآلى، الأمـر الذى جعل مارشال ماكلوهان، صاحب نظريـات وسـائل الإعـلام، يطلـق مصـطلح "القرية العالمية" لوصف عالم وسائل الإعلام الإلكترونية الذي كان يتكشـف أمامـه في التسعينيات من القرن العشرين، وقبل عقود من قيـام الاحتجاجـات المناهضـة للعولمة خلال نفس الفـترة ، حيـث أدرك ماكلوهـان أن القريـة العالميـة الناشـئة سوف تكون معرضة لكافة أشكال العولمة [7].

كذلك يشير مصطلح الإعلام الاجتماعى إلى ظهـور نـوع جديـد مـن الإعـلام، يحتوى على رسالة بمحتوى معين قد تكـون نصـية أو قـد تكـون صـورة أو شريـط فيديو، من خلال المرسـل (المسـتخدم) إلى متلقـى لهـا (مسـتخدم آخـر) ، ولكـن الميزة التى أضافها انه جعل بإمكان اى شخص أن يكون مرسـلاً ومتلقيـاً فى نفـس الوقت ، وأصبح بإمكان اى شخص أن يصبح محرراً أو معلقـاً أو منتجـاً أو مبـدعاً لمحتوى معين[8].

وقد تعددت تصنيفات ومسميات هذه الظاهرة لدى المهتمين والمتخصصـين فى مختلف المجالات ، الذي أطلقـوا عليهـا :" الإعـلام الجديـد"، "الإعـلام البـديل"،

"الإعلام الاجتماعى "، و" الاعلام الرقمى "... وغيرها من التعبيرات والتي تعبر عـن ظـاهرة اجتماعيـة تقنيـة تشـمل الشـبكات الاجتماعيـة الافتراضـية، والمـدونات، والمنتـديات الإلكترونيـة والمجموعـات البريديـة، وغيرهـا مـن الأشـكال والأنـواع المتعددة ، حيث يشير مسمى "الاعلام الاجتماعى "Social Media " ، إلى السمة والصبغة الاجتماعية التى تتسم بها مواقع التواصل فى ربـط الأصـدقاء والأقـارب والزملاء فى العمل ، أما مصطلح "الاعـلام الجديـد New Media " فهـو مصـطلح يميزه عن الاعلام التقليدى الذى يشـمل وسـائل الاعـلام التقليديـة مثـل الصـحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون ......الخ ، فهو يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليديـة، و يشـير أيضاً مصطلح " الاعـلام الرقمـى Digital Media" إلى اسـتخدام شـبكة الانترنـت بالأساس فى نقل الأخبار وتبادل الآراء، وأيضاً " الاعلام البديل " لأنه ظهـر كبـديل لوسائل الاعلام التقليدية فى تغطية الأحداث السياسية بمصداقية وبسرعـة بشـكل ساعد على التغيير السياسى، وحقق مـا عجـزت عـن تحقيقـه الوسـائل التقليديـة، وقد أطلق البعض عليه أيضا مصطلح "العالم الافـتراضى" الـذى يرجـع إلى هـاوارد رينجولد الذى عرف المجتمع الافتراضى بأنه تجمعات اجتماعية تشكلت من أفراد فى أماكن متفرقة فى أنحاء العالم، يتقاربون ويتواصـلون فـيما بيـنهم عـبر شاشـات الكمبيوتر والبريد الإلكترون، ويجمعهم اهتمام مشترك، وتحـدث بيـنهم تفـاعلات عن بعد من خلال آلية اتصالية هى الإنترنت[9].

ويـرى بعـض المحللـين أن هنـاك تسـميات غـير دقيقـة تـرتبط بوصـف هذه الظاهرة مثل وصف العلاقات بين المستخدمين فى الفيسـبوك بــ "الأصـدقاء" ،أو " المعجبـين"، أو" الأتبـاع"، فمصـطلح" الأصـدقاء" يمكـن أن يكـون مضـللاً، لأن الاتصـال بـين شخصـين لا يعنـى بـالضرورة الصـداقة ، ففـي معظـم المواقـع، تبـدو قائمـة الأصـدقاء مرئيـة لمـن يسـمح بعـرض الملـف الشـخصي ، وهنـاك بعـض المنصـات مثـل الفيسـبوك، مـاي سـبيس، تسـتهدف منـاطق جغرافيـة أو مجموعات لغوية معينة، على سبيل المثال، أطلقت في الولايات المتحدة الأمريكية واجهة باللغة الإنجليزية فقط، وصممت بعض الجماعات بعـض المواقـع العرقيـة والدينية، ومواقع لها توجـه جـنسي وسـياسي، حتـى مواقـع للكـلاب (Dogster)، ومواقـع للقطـط (Catster) ، لـذلك نجـد أن هنـاك مجموعـات تسـتخدم تلـك

المواقع لعزل نفسها حسب الجنسية والعمر والمستوى التعليمي فى بعض الاحيان [10].

وبالتالى يتضح ان ظاهرة الإعلام الاجتماعى هى ظاهرة حديثة ، وفى نفس الوقت يمكن أن ننظر إليها باعتبارها امتداد لظاهرة أعم وأشمل وهى ظاهرة العولمة أو الكوكبة " Globalization، التى نتجت عن الثورة المعلوماتية والثورة التكنولوجية فى تطور وسائل الاتصالات ، بشكل أدى إلى تقليص المسافات وتحول العالم إلى ما يسمى بالقرية العالمية ، وبالتالى فإذا كانت ظاهرة العولمة قد أثارت حولها العديد من الإشكاليات مثل " الخصوصية الثقافية " وإشكالية السيادة الوطنية ..الخ ، فان ظاهرة الاعلام الاجتماعى تحمل فى طياتها العديد من الفرص الناجمة عن آثارها الايجابية، العديد من التحديدات والتهديدات الناجمة على آثارها السلبية ،على كافة الأصعدة ، الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والإستراتيجية والأمنية ، والدوالية والمحلية ، وهذا ما سوف نشير إليه فى الفصول التالية.

وعلى الرغم من تعدد تعربفات الإعلام الاجتماعي إلا أنها تتفق فى معظمها فى انه مصطلح يشير إلى استخدام كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية فى التواصل الاجتماعى، فجعل من الممكن نشر وتبادل المعلومات من خلال الأجهزة الالكترونية المتصلة بالإنترنت، وهي خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع أكبر عدد من المستخدمين لمشاركة الأنشطة والاهتمامات، وتوفر ميزات مثل المحادثة الفورية والتراسل العام والخاص ومشاركة الوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو وملفات.

أما بالنسبة لأشكال الاعلام الاجتماعى فهى عديدة ومتنوعة ومتطورة على شبكة الانترنت، ويمكن الإشارة إلى أهم تلك الأشكال فيما يلى[11]:-

(أ) المدونات:

هى أداة للكتابة ونشر الأفكار والآراء الخاصة ، وتختلف عن المذكرات الحقيقية فى أنها تستخدم من خلال الانترنت ، ويمكن من خلالها الحصول على تعليقات القراء، وبعضها يختص بتناقل معلومات عن الأخبار بكل أنواعها، أما الآخر فيختص بأمور شخصية ويومية، ومن أهمها المدونات الجزئية التى يميزها عن المدونات العادية صغر حجم وكمية المعلومات (نصية، صور، صوتية،

ومرئية) المتداولة عليها، مما يساعد الناس على تداول أحجام وكميات أصغر من المعلومات بشكل دائم وسريع.

(ب) التويتر:

هو خدمة تدوين مجانية على شبكة الإنترنت ، ويمكن من خلالها أن يقوم المستخدمون بإرسال رسائل قصيرة لبعضهم البعض، و نقل الأفكار والمعلومات بطريقة سريعة ،وتسمى رسائل تويتر الأكثر شيوعاً "تويتات"، والتى يتتابع نشرها بترتيب زمني من شاشة الكمبيوتر أو من شاشة آخرى كشاشة الهاتف الخليوي، وهى رسائل قصيرة، ولا تتسع لتشمل تبرير وجهة النظر أو الاستشهاد بمصادر، وتعد وسيلة مناسبة لنقل الرسائل السياسية بطرق أكثر فعالية من غيرها من منصات وسائل الإعلام الاجتماعية، حيث يمكن استخدام التويتر للمناقشة السياسية النشطة، ولفعاليته السياسية يهتم بعض الباحثين فى دراسة اثر استخدامه على السلوك الانتخابي.

(ج) الويكي:

وهى مواقع تمكن العديد من الناس من الإشتراك في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط إلكترونية ، ويمكن إضافة أى نص أو تصحيحه دون الحاجة إلى تعديل هيكل الصفحة بأكملها، ومن مزاياها المحافظة على استقرار واستمرار المعلومات نسبياً ، و من أفضل الأمثلة موقع ويكيبيديا، ويعتبر موسوعة علمية على شبكة الانترنت التى جمعت من قبل المستخدمين والمحررين، حيث لا يوجد محرر رئيسى ولكن هناك جيش من المحررين للمعلومات فى هذا الموقع .

(د) اليوتيوب YouTube:

يقدم خدمة الفيديو عبر لإنترنت، وقد بد تشغيله في عام 2005، ونمى بسرعة كبيرة، ،و الفكرة الأساسية له هى أنه يسمح للمستخدمين بتحميل مقاطع الفيديو إلى الموقع، وفي الوقت نفسه، المشاهدة والتعليق على ما يرونه،و هو أيضاً قناة مهمة للمرشحين في الانتخابات،ويتيح فرصة مناسبة للسياسيين للإعلان عن حملتهم الانتخابية بتكلفة أقل بكثير من الإعلانات التلفزيونية، و من ثم فإن المحتوى السياسي يعتبر الأكثر مشاهدة على الموقع ، وتسمح هذه

المواقع العديد من الإمكانيات مثل الحفظ، والتخزين، وعرض الأعمال الفنية سواء كانت صور أو رسمات فنية ، حيث يتمكن الجمهور من رؤيتها وإبداء الإعجاب بها ، كما تفيد في إمكانية بيع الأعمال.

(هـ) الفيسبوك:

هو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة "فيسبوك" المحدودة ، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الجامعات الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، كوسيلة للتعرف إليهم، والفكرة الأساسية للموقع هي أنه يقدم للمستخدمين فرصة لإنشاء ملف تعريفى بالصور مع ما يسمى "الأصدقاء"، وتلقى الاتصالات التي تصل إلى الموقع، ويستند النشاط في الفيسبوك فقط على مجتمعات افتراضية ، ويمكن للمستخدمين تكوين شبكات جديدة، ويقوم المستخدم بنشر نص أو صور أو كليهما، و تلقي الملاحظات من المستخدمين الآخرين ، حيث يتيح لهم الموقع العديد من الخيارات لإبداء تعليقاتهم مثل اختيار "أعجبني like"، ويمكنهم أيضاً إعادة نشر المحتوى من خلال اختيار "المشاركة" ، والميزة الهامة هى شعبية الفيسبوك فى دعم الصفحات الاجتماعية من أجل المصالح المشتركة.

ويبدو أن الفرق بين موقع "فيسبوك" و "ماي سبيس"، هو مستوى التخصيص فموقع "ماي سبيس" يتيح للمستخدمين تزيين ملفاتهم الشخصية باستخدام لغة HTML ، بينما يوفر موقع "فيسبوك" إمكانية استخدام النص العادي فقط ، ويتضمن الفيسبوك عدداً من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض، ومن بين هذه السمات سمة لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم، وسمة النكز التي تتيح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به، وسمة الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، وكذلك سمة الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي ، وسمة التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض

البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم، وفضلاً عن ذلك، يمكن للمستخدمين منع أصدقائهم من مشاهدة التحديثات التي تطرأ على أنواع محددة من الأنشطة التي يقومون بها مثل التغيير في الملف الشخصي ، ويوفر الفيسبوك لمستخدميه إمكانية تحميل كم هائل من الصور إلى الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى التي تقدم خدمات استضافة الصور مثل موقعي " فوتوباكيت " و" فليكر" اللذان يضعان حداً لعدد الصور التي يسمح للمستخدم بتحميلها، وسمة الهدايا، التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، سمة السوق الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية [12].

إن النقطة الأهم فى هذا الصدد ، وبعد تعريف الاعلام الاجتماعى وعرض تطور وسائل التواصل الاجتماعى، هى أن هذه الظاهرة لم تتطور بالصدفة إنما هى نتاج للعديد من العوامل، أهمها العوامل التكنولوجية والأيدلوجية والفكرية لدى مؤسسي المواقع الاجتماعية الذين كانوا حريصين على ابتكار وسائل جديدة للتواصل الاجتماعى ، فقد أسس موقع الفيسبوك مارك زوكربرج وهو طالب فى جامعة هارفارد الأمريكية، خوفا من أن إدمانه للإنترنت قد يجعله يفقد أصدقاءه بعد الانتهاء من الدراسة الجامعية، وإذا كانت الفرضية الأساسية للمجتمع الافتراضى منذ نشأته ترتكز على مشاركة الاهتمامات، التى تعد محددا أيديولوجيا يستمد مرجعيته من الأطر الفكرية الحاكمة للمستخدمين، فإن الشبكات الاجتماعية تتميز بإمكانية الدخول والخروج إليها، وذلك تبعا للتغيرات التى تطرأ على معتقدات و أفكار الفرد[13].

بينما أغرت العوامل الاقتصادية مؤسسي وسائل التواصل الاجتماعى على تطويرها بعد تنافس الشركات العالمية على شراء تلك المواقع بمليارات الدولارات فتحول مؤسسيها من مبرمجين إلى مليارديرات بالصدفة ، فأنهت ثورة الاتصال الجديدة عدداً من المفاهيم كهرمية الاتصال، وأحادية مصدر الرسالة، كما استحدثت عدداً من المفاهيم الاتصالية الجديدة مثل: الوسائط الرقمية، والمجتمعات الافتراضية، والتشبيك الاجتماعي، وغيرها من المفاهيم

والمصطلحات الأخرى، وتطورت سريعاً إلى وسيلة هامة للتأثير على المجتمع مع التطور السريع للانترنت وتكنولوجيا الهاتف النقال و الهاتف الذكي الحديث المجهز تجهيزاً جيداً بتطبيقات مختلفة تساعد على استخدام وسائل التواصل بفعالية[14].

منهجية تحليل ظاهرة الإعلام الاجتماعى:

-إن مراجعة الأدبيات الاجتماعية التى اهتمت بدراسة هذه الظاهرة الجديدة يساعد بلا شك فى فهم التحولات الاجتماعية والثقافية التى سوف نعرض لها فيما بعد ،حيث تقدم معلومات مفيدة جداً حول السياسات والممارسات والفرص والتحديات التي تواجه المؤسسات الاجتماعية فى عالمنا المعاصر ، مثل قضايا التنشئة الاجتماعية والتربية والعادات والتقاليد والسلوك الانسانى، والانفعالات النفسية، فهى ظاهرة بلا شك تجذب اهتمام علماء النفس وعلماء الاجتماع والسياسة والاقتصاد الذين يعتمدون على مناهج ونظريات مختلفة لتفسيرها.

ويمكن القول أن ظاهرة الإعلام الاجتماعى تندرج ضمن ما أطلق عليه المحللون الجماعات الافتراضية Virtual Community ، فقد ساهمت في تشكيل علاقات تتجاوز الإطار المكاني بظهور نوع جديد من أشكال التفاعل الإنساني، حيث يعد هاورد رينجولدHaward Rhingold أول من أشار إلى مصطلح المجتمعات الافتراضية في كتابه الجماعات الافتراضية، والذي يصف لنا فيه كيف أن هذه الجماعات هى عبارة عن تجمعات اجتماعية تشكلت من أماكن متفرقة في أنحاء العالم ، يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر يجمعهم اهتمام مشترك، ويحدث بينهم ما يحدث في الواقع من تفاعلات، بينما يصف رونالد بيجتو Ronldo Beghetto تلك التفاعلات بالاتصال الالكترونى التفاعلى ،ووصفها البرتا روبرت Alberta Ropert وميشيل جينكنسونJenkinson Michael بالمدينة الافتراضية التى لا تنام[15].

وقد ظهرت العديد من النظريات التى تهتم بتحليل دراسة ظاهرة المجتمعات الافتراضية على الانترنت ، مثل نظريات الشبكة الاجتماعية، لدراسة تأثير استخدام الطرق الجديدة للاتصال،واستخدموا عدد من المصطلحات

لوصف سياسة الجماعة، والتى تصف شبكات مستقرة من الجهات الفاعلة من داخل الحكومة وخارجها، متكاملة بشكل جيد مع العملية السياسية، وتشمل الحكومة وقطاع الأعمال والمجتمع المدني، وأيضاً شبكات للسياسة العامة العالمية، لمعالجة جميع مراحل عملية وضع السياسات،والشبكات غير الرسمية العاملة عبر القيم والأفكار المشتركة، وشبكات المعرفة، وتتضمن الشبكات الأكاديمية والعلمية والمهنية والجماعات المنظمة حول موضوع أو قضية معينة، وشبكات الدعوة، والتي قد تكون مجموعة من الفاعلين الذين يأتون معاً للتأثير على العملية السياسية، و شبكة السياسة الخاصة، التي تتكون من مجموعات من قطاع الأعمال الخاص و المجتمع المدني التي تعمل على صياغة السياسات وتنفيذها [16].

وإن جزءاً هاماً من فهم دور وسائل الإعلام الاجتماعية في العالم العربي الربيع يتطلب نهج متعدد التخصصات لدراسة الأبعاد الأساسية المشتركة لوسائل الإعلام الاجتماعية والإنترنت من جهة والحركات الاجتماعية من جهة أخرى، ولذلك فقد تعددت النظريات التى تفسر الأنماط المختلفة للتفاعلات مثل نظرية المعالجة الاجتماعية، المقارنة الاجتماعية، والهوية الاجتماعية، نظريات القرب (المادي والإلكتروني) ....الخ .

لقد ركزت معظم نظريات العلوم الاجتماعية على دراسة دور الانترنت فى الحراك الاجتماعى ودوره فى : (أ) تقديم المعلومات، (ب) تعزيز التفاعل و الحوار؛(د) تشكيل الروابط الجانبية،(هـ) بوصفها متنفساً للتعبير الإبداعي؛ (و) جمع وتوليد الموارد، حيث تركز نظرية تعبئة الموارد، على سبيل المثال، على العوامل المؤسسية والتنظيمية للعمل الجماعي ، والسؤال الأساسي الذي يحتاج إلى إجابة من وجهة نظر هذه النظرية هو إلى أي مدى عززت وسائل الاعلام الاجتماعية قدرة الحركات الاجتماعية على التعبئة ضد الأنظمة القمعية [17].

ووفقاً لكاستلز، فان شبكة الإنترنت هو وسيلة تناسب الميزات الأساسية لنوع جديد من الحركات الاجتماعية الناشئة في عصر المعلومات، وتوصف الحركات الاجتماعية بأنها "شبكات "، تترابط فى عقد (بين الأعضاء) بشكل غير هرمي وغير خطي فى هياكل مرنة للغاية، ووفقاً لهذا الرأي يمكن تعريف الحركات الاجتماعية عبر وسائل التواصل الاجتماعى بأنها "شبكات تقوم على

علاقات غير رسمية بين عدد من الأفراد والمنظمات، لهم هوية جماعية متميزة، وبالتالي من الضروري الجمع بين نظرية الحركة الاجتماعية وتحليل الشبكات لدراسة تأثير وسائل الإعلام الاجتماعية [18].

إن ثمة إشكالية هامة يجب التنبيه إليها هنا ، وهى أنه من الصعب دراسة الروابط بين وسائل الإعلام الاجتماعية والحركات الاجتماعية دون النظر فى الفهم المقارن لمفهوم الإعلام الاجتماعى بمقارنته بالإعلام التقليدى، الذى يركز على التنظيم بدلا من العمل فقط على المحتوى ، والتنظيم الإعلامي بطريقة تجارية وغير ديمقراطية، حيث يرى رايموند ويليامز أن التواصل هو الوسيلة التي يتم من خلالها بناء العلاقات الاجتماعية، وفى هذا الصدد يجب التفرقة بين مفهومين مختلفين ، "دمقرطة وسائل الإعلام "و" الديمقراطية من خلال وسائل الإعلام ، فالأول يعنى استخدام الناشطين لوسائل الإعلام للتنظيم وتعزيز الإعلام الاجتماعى، والثاني لا يقتصر على الناشطين ولكن يمكن أيضاً أن يكون هدفه الحكومات وهيئات المجتمع المدني والمؤسسات التي تحاول تعزيز الديمقراطية داخل المجتمع[19].

إن نظرية الشبكة الاجتماعية تهتم بدراسة شبكات التواصل الاجتماعى على أساس أنها بنية اجتماعية مكونة من عقد (أفراد أو منظمات) ترتبط بعلاقة أو أكثر، مثل القيم، والأفكار، والصداقة والقرابة، الدور الاجتماعي وكذلك العلاقات العاطفية في أبسط أشكالها، وتهتم نظرية الشبكات الاجتماعية بقياس العلاقات (أنماط التفاعلات) بين الأفراد أو الجماعات أو المنظمات، والاستفادة من الأدوات والمفاهيم الرياضية، التي غالبا ما تكون معقدة جداً، وبالتالي فهى تستخدم إلى حد كبير المنهج الوصفي التحليلى، حيث تكون الجهات الفاعلة (العقد) ضمن شبكة معينة مرتبطة بالعديد من أنواع العلاقات ، ويستند هذا التحليل على افتراض أهمية العلاقات بين وحدات التفاعل التي تؤثر على الميزات الهامة للوحدات (مثل الكفاءة في أداء المهمة، والقيادة)، وان الفاعلين (العقد)، وبالتالي أفعالهم (السلوك)، هى مترابطة؛ كما أن العلاقات بين الجهات الفاعلة هي قنوات لنقل "الموارد" التي يمكن أن تكون مادية أو غير مادية؛ ثم السلوك الفردي وتصور الهياكل الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، ويركز التحليل على العلاقات بين الجهات الفاعلة، وليس على خصائصها الفردية[20].

وعلى عكـس الفرضـيات المرتبطـة بالبنـاء الاجتماعـى فى التنظـير التقليـدى، فالتفاعلات المتبادلة التى تتم داخل البنية الشبكية لا يشترط أن تسرى فى الكيـان الشبكى كله، فقد يتم التفاعل الاجتماعى فى مستواه الافتراضى بين الأفراد بعضـهم وبعض، أو الجماعات والأفراد، وقد يهمل الأفراد أو تهمل الجماعات تفاعلات مـع أفراد آخرين داخل الشبكة، وقد يصل الأمر إلى غياب التفاعل لدى بعـض الأفـراد داخل الشبكة، ويعتمد البنـاء الشـبكى عـلى دعـامتين أساسـيتين، تتمثـل الدعامـة الأولى فى قوة الروابط، التى تعنى أن الشبكات الاجتماعية والبناء الشبكى يسـتمد طاقتـه التـى تسـبب ذيـوع وانتشـار الشـبكة عـلى قـوة الـروابط بـين الأفـراد أو الجماعات، والتى يتمخض عنها متانة البنـاء، والدعامـة الثانيـة تتمثـل فى خـواص الروابط، التى تتنوع بتنوع مجالات الاهتمام، والتى تتعدد بـدورها داخـل البنـاء الشبكى[21].

ويمكـن تقسـيم الشـبكات الاجتماعيـة إلى مجـالين، الأول يتمثـل فى البنـاء العـالمى للشـبكات الاجتماعيـة ، وهـو عبـارة عـن بنيـة تفاعليـة عالميـة تتصـل بموضوعات لا تخص جماعة أثنيـة أو أقليـة معينـة، ولكـن تنصـهر كـل الأقليـات والتباينات الثقافية داخل بوتقة التفاعل العالمى للشبكة، والثـانى يتمثـل فى البنـاء المحلى للشبكات الاجتماعية، حيث يظهر دور الجماعات المحلية كوحدات داخـل التفاعلات العالمية، ويتركز نشاطها على الموضوعات والسياسـات المحليـة، أو التـى تخص جماعات بذاتها فى إطار اهـتمام داخـلى، وتخضـع البنيـة الشـبكية فى هـذا المحتوى إلى التجانس الثقافى إلى حد كبـير[22] ، حيـث يلاحـظ تـوافر القـدرة لـدى الأفراد والجماعات فى إطار الشبكات الاجتماعية على التفاعل مع البنية الكوكبيـة والبنية المحلية فى وقت واحد [23] .

ويلاحــظ أن نظريــة الاعــتماد المتبــادل المرتبطــة بتحلــيلات الشــبكات الاجتماعيـة، تختلـف بـاختلاف أدبيـات العلـوم الإنسـانية، ففـى أدبيـات علـم النفس تركز على المحور السـلوكى فى تفسـير مرجعيـة الاعـتماد المتبـادل، بيـنما فى أدبيات العلوم السياسية تركز على فكرة نقـل المعلومـات، باعتبـار أن لهـا دور فى تحليل الشبكات الاجتماعية من ناحية ولها مؤثراتها السياسية مـن ناحيـة أخـرى، بيـنما تركـز أدبيـات علـم الاجـتماع عـلى تفسـير الاعـتماد المتبـادل فى سـياقاته الاجتماعية، حيث تنطلق من مقولة أساسـية وهـى أن الاعـتماد المتبـادل يلعـب

دوراً أساسياً فى تبادل المعلومات بما يـؤثر عـلى المعتقـدات والقـرارات الشخصـية والجماعية والمنافع وحتى الاحتجاجات والإضرابات، وهذا الاعتماد المتبادل يكـون بحسب قوة الروابط بـين الأفـراد والجماعـات، وتتفـاوت قـوة الـروابط بالـدوافع المختلفة لاستخدام الشبكات الاجتماعية، فالدوافع الترفيهية تختلف عـن الـدوافع الاجتماعية التى تختلف عن الدوافع السياسـية، مـع ملاحظـة ديناميـة العلاقـات عبر الشبكات الاجتماعية، إذ إنها من الممكن أن تضعف، لأنها مرتبطة باهتمامات الأفراد التى ربما تضعف قوتها بما يؤثر على فاعلية الاعتماد المتبادل(24).

وهكذا نجد أن النظريات والمنهجيات العلمية التى تهتم بدراسـة الشـبكات الاجتماعية لازالت تحاول مواكبة سرعة تطور الاعلام الاجتماعى وانتشاره ، حيـث يزداد الاهتمام الأكاديمى بقضايا الشبكات الاجتماعية والمجتمع الافتراضى منـذ أن أصبح الإعلام الاجتماعى بتفاعلاته جزءاً من الحياة اليوميـة للملايـين مـن الـبشر، فلم يعد مفهوم الإعـلام الاجتماعـى مـن المفـاهيم التـى تسـتوقف الانتبـاه عنـد سماعه، إذ أصبح ذا عموميـة وانتشـار، لـيس عـلى مسـتوى التحلـيلات العلميـة، ولكن أصبح مفهوماً متداولاً عن العديد من المستخدمين لشبكة الإنترنت.

واقع الإعلام الاجتماعى فى العالم العربى:

لقد استطاعت شبكات التواصـل الاجتماعـي أن تسـتقطب اهتمامـاً وإقبـالاً متزايداً في العالم العربى، إلى حـد أن بعـض المحللـين أطلـق عـلى تطورهـا السريـع وتقـدمها الملحـوظ فى العـالم العـربى " الهجـرة الرقميـة"، فغـيرت تلـك الوسـائل الجديدة طبيعة التواصل والمشـاركة المجتمعيـة فى مختلـف قضـايا المجتمـع (25) ، حيث يعلق عليها العديد من المحللين الآمال لتعبر عن نفسها في شكل من أشكال الوحـدة العربيـة التـي كانـت حتـى الآن بعيـدة المنـال ، حتـى حظيـت وسـائل التواصل بشعبية كبيرة على الانترنت فى العالم العـربى ، وبنمـو متسـارع اكـبر مـن وسـائل الإعـلام التقليديـة، و مـن المتوقـع أن ينمـو اسـتخدامها خـلال السـنوات القادمة(26).

ويفسر العديد من المحللين انتشار الاعلام الاجتماعى فى العالم العـربى بعـدد من العوامـل السياسـية والاقتصـادية والاجتماعيـة ، أهمهـا ، ظهـور جيـل جديـد من نشطاء الانترنت لاسـتغلال إمكانيـات وسـائل الإعـلام الاجتماعيـة فى مواجهـة

القيود السياسية المفروضة على وسائل الإعلام التقليدية [27] ، وثانيها عامل الإتاحة ، فالاعلام الاجتماعى متوفر دائماً إذ يمكن للمواطن أن يحصل على أية معلومة دون رخصة وفي أي وقت ، ناهيك عن عنصر الشمولية، أي الشمول في المحتوى، لان الإعلام التقليدي يعاني من مشكلة عدم وجود مساحة كافية أو مخصصة لمناقشة مختلف القضايا السياسية بحرية ، أضف إلى ذلك المرونة من خلال قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع وهذا ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي يراها جيدة وصادقة ، وبالإضافة إلى جميع ما سبق عنصر الانفتاح والاستقلالية عن المؤسسات الحكومية، والانسيابية لأنه تخطى الحدود والحواجز المحلية والدولية وحدود القانون والرقابة المرتكزة على تقييد حرية الاعلام و التعبير في معظم بلدان العالم، والتعددية الثقافية لأنه يروج لثقافة احترام الرأي الأخر عن طريق توفير فرص التفاعل والمداخلات المستمرة والتواصل ، وأعطى فرصة لمختلف شرائح المجتمع لأن يكونوا إعلاميين من خلال مساهماتهم وكتاباتهم وتقديمهم البرامج الاعلامية وتبادلها فيما بينهم بشكل ساهم في بناء جسور التواصل ، مما كان له بالغ الأثر في التفاعل الاجتماعى والسياسى الايجابي على المستوى الداخلى وعلى الصعيد العربى ككل.

ومما لاشك فيه أن زخم الاعلام الاجتماعى فى الوطن العربى نما نمواً ملحوظاً على الصعيد المحلى أو داخل كل دولة ، بالرغم من كل الحواجز السياسية والإدارية والاقتصادية، حيث تشير المعطيات الاحصائية إلى التطور المستمر فى استخدام وسائل التواصل الاجتماعى ، من حيث أعداد المستخدمين العرب ، والمحتوى المنشور باللغة العربية، مما يشير إلى أن فئات أوسع من المجمتع أصبحت تتبنى هذه الأدوات، ولم يعد ذلك مقتصراً على الذين وصلوا إلى مستوى محدد من التعليم ومعرفة اللغة الإنجليزية ، ويمكن إيجاز هذا التطور فيما يلى :

1- فعلى المستوى الدولى ، يمكن الإشارة إلى الملاحظات التالية [28]:

- سيطرة الفيسبوك على استخدام أكثر من مليار مستخدم في العالم في نهاية أكتوبر2012، حيث قام نحو 604 مليون منهم بالدخول إلى منصة فيسبوك

باستخدام هواتفهم الجوالة، بالإضافة إلى دخول نحو 584 مليون مستخدم يومياً، منهم 81 % خارج أميركا الشمالية.

- بينما بلغ عدد مستخدمي تويتر 500 مليون في فبراير 2012 ، منهم 140 مليون مستخدم نشط، ينتجون 340 مليون تغريدة يومياً، وينتج حوالى 60 % من المستخدمين النشطين تغريدات، بينما يدخل الـ 40 % الباقين لمجرد الاطلاع على الأخبار والمعلومات.وعلى غرار فيسبوك، يعيش 70% من مستخدمي تويتر خارج الولايات المتحدة الأمريكية، ويستخدم 57 % من المستخدمين هواتفهم الجوالة وهواتفهم الذكية للدخول إليه، بالإضافة إلى ذلك، يستخدم أكثر من 60 ألف مطور حول العالم واجهة برمجة تطبيقات تويتر لإنشاء أدوات وخدمات عامة، كما أن اللغة العربية هي أسرع لغة نمواً على الإطلاق في تويتر، من بين 25 لغة مختلفة أخرى مستخدمة في الموقع.

- بينما أصبح لينكدإن منذ مارس 2012، يقدم أكبر شبكة اجتماعية مهنية في العالم على الإنترنت من خلال 161 مليون عضو في أكثر من 200 بلداً ومنطقة، يعيش 61 % منهم خارج الولايات المتحدة الأمريكية، وقام أعضاء لينكدإن بنحو 4.2 مليار عملية بحث موجهة مهنياً على المنصة خلال 2011، ويتوفر لينكدإن حالياً بسبع عشرة لغة لا تشمل اللغة العربية، ويعتبر الطلاب وخريجو الجامعة الجدد أسرع الفئات نمواً في لينكدإن .

- كما تشهد مواقع الإعلام الاجتماعي الأخرى نمواً كبيراً على المستوى العالمي، فمثلاً، وصل عدد مستخدمي جوجل بلس في يونيو 2012 إلى أكثر من 170 مليون مستخدم، وتتم فيه مشاركة أكثر من مليار بند يومياً، على نحو مشابه، حقق يوتيوب أكثر من 800 مليون زيارة فريدة للمستخدمين شهرياً، أدت إلى رفع 60 ساعة من مقاطع الفيديو كل دقيقة،وتتوفر منصة المشاركة بمقاطع الفيديو بستين لغة في 42 بلداً، وتحظى بأكثر من أربعة مليارات عملية مشاهدة يومياً بارتفاع بنسبة 50 % عن العام السابق.

2- وعلى المستوى العربى ، يمكن الإشارة إلى الملاحظات التالية [(29)]:

- بلغ اجمالى عدد مستخدمى الفيسبوك فى العالم العربى حوالى 45 مليون مستخدم فى نهاية يونيو 2012 ، وقد تصاعف هذا العدد ثلاث مرات تقريباً خلال الفترة (يونبو 2011 - بونيو 2012) ، حيث ارتفع من 16 مليون

مستخدم إلى 45 مليون مستخدم ، وبلغت نسبة مشاركة المرأة فى الفيسيوك حوالى 37 % وهى نسبة منخفضة مقارنة بالمتوسط العالمى 50% تقريباً، وبلغت نسبة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15-29 سنة حوالى 70% ، واحتلت دول مجلس التعاون الخليجى المراكز الخمس الأولى فى المنطقة العربية كنسبة من عدد السكان ، حيث جاءت الإمارات العربية المتحدة فى المركز الأول تليها الكويت وقطر والسعودية والبحرين، بينما ضمت مصر وحدها ربع مستخدمى الفيسبوك فى العالم العربى (حوالى 11 مليون مستخدم).

- وعند مقارنة انتشار فيسبوك في البلدان العربية، مع بعض الدول التي تحتل بعض المراكز العشرة الأولى (8 من حيث انتشار فيسبوك عالمياً)، ما تزال عدة دول عربية تتفوق على الدول التي تحتل المراكز العشرة الأولى من حيث عدد المستخدمين الجدد ما بين يناير ويونيو 2012 ، كنسبة مئوية من عدد السكان، ففي نهاية يونيو 2012 ، أضافت 14 دولة عربية مستخدمين جدد أكثر (كنسبة مئوية من عدد السكان) من كندا، وهي واحدة من الدول التي تحتل أعلى المراتب في العالم من حيث انتشار فيسبوك، وللمرة الأولى، تحتل تركيا المرتبة الدنيا في 2012 .

- ما زال الشباب في بلدان كالصومال وفلسطين والمغرب يشكلون الغالبية العظمى من مستخدمي فيسبوك ، و ما زال لبنان البلد الأكثر توازنا من بين البلدان العربية من حيث توزيع النوع الاجتماعي لمستخدمي فيسبوك، تليه تونس، فالأردن وفلسطين، بينما تقع موريتانيا والصومال والعراق واليمن في ذيل القائمة.

- بلغ عدد مستخدمى تويتر فى العالم العربى حوالى 2 مليون مستخدم، وجاءت السعودية والإمارات ولبنان على رأس قائمة الدول، وتواصل دول مجلس التعاون الخليجي)السعودية والإمارات والكويت تحديداً) صعودها، وذلك إلى جانب مصر.

- بلغ مستخدمى لينكدإن فى العالم العربى حوالى 5 مليون ، ويشكل الشباب الذين تتراوح أعمارهم 18 -35 سنة غالبية مستخدميه بنسبة 72% ، وترتفع نسبة استخدامه فى بلدان شمال أفريقيا مثل الجزائر وتونس والمغرب ، وتمثل الفئة العمرية بين 25-38 سنة ثلثى هؤلاء الشباب، فى حين انخفضت

نسبة مشاركة الإناث مقارنة بالمتوسط العالمى فقد بلغت 27% مقارنة 42% فى العالم ، وتعتبر لبنان هى البلد العربى الأكثر توازناً فى استخدام لينكدإن من حيث النوع الاجتماعى، بينما يطغى استخدام الذكور فى دول مجلس التعاون الخليجى ،وتحتل السعودية المرتبة الأولى من حيث طغيان نسبة الذكور، مما بعكس حقائق سوق العمل فى المملكة .

- تلعب منصة يوتيوب دوراً رئيسياً فى تعزيز الإمكانات الصحفية للمواطن إلى حدود غير مسبوقة في المنطقة، حيث تضاعفت نسبة مشاهدة مقاطع الفيديو في اليوتيوب في المنطقة العربية حتى بلغت نحو 167 مليون مرة يومياً ، ما يضع المنطقة في المرتبة الثانية عالمياً بعد الولايات المتحدة الأمريكية، و البرازيل،و تتصدر المملكة العربية السعودية المنطقة بأعلى عدد لمرات العرض، تليها مصر والمغرب والإمارات العربية المتحدة.

- عند مقارنة معدلات انتشار مواقع الإعلام الاجتماعي من حيث الشعبية في البلدان العربية يكون واضحاً أن فيسبوك يحتل الصدارة، وبالرغم من اتساع تأثير تويتر وانتشاره أثناء الربيع العربي وما بعده، يبقى انتشاره أقل من انتشار لينكدإن، باستثناء الكويت، ما يشير إلى أن البحث عن عمل وخدمات التواصل المهنية التي يقدمها لينكدإن مرغوبة أكثر من الاستخدامات الإعلامية والاجتماعية والسياسية للإعلام الاجتماعي التي يقدمها تويتر.

وخلاصة القول، لا يزال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسات الحكومية فى العالم العربى ضعيفاً جداً ، فعلى الرغم من التواجد الشخصي للعديد من المسئولين على مواقع التواصل الاجتماعى، إلا أنه يفتقد للقدرة على التفاعل الكافي والتوظيف الفاعل بشكل مدروس ومهني لخصائص تلك الأدوات، والأهم من كل ذلك أنه يفتقد لعنصر الاستمرارية فيما لو ترك أي من هؤلاء المسئولين منصبه يوماً، إن الأهم من هذا التواجد الشخصي أن يكون لتلك الجهات الحكومية ذات الاحتكاك الكبير المباشر بالمواطن مواقع رسمية على شبكات التواصل الإجتماعي بحيث تتفاعل معهم وتجيب على تساؤلاتهم وتجعل الوصول إلى الخدمات المقدمة إليهم أكثر يسراً وسهولة[30].

ويصفة عامة ، فإن الملاحظة الهامة التى يمكن أن نستخلصها من هذا الفصل أن القراءة فى الأدبيات الغربية عن التحولات الاجتماعية والاقتصادية

والسياسية فى العالم العربى مالت بدرجة اكبر إلى نظرة غير موضوعية ومتحيزة ضد العالم العربى ، فعانت المنطقة العربية من العزلة النظرية فى الجزء الأكبر من تلك الدراسات ، علاوة على أن الأدبيات التى اهتمت بدراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والإنترنت في المجال السياسي داخل المجتمعات العربية ركزت بشكل كبير على خطاب الجماعات الأصولية أو الجماعات ذات الطابع الإسلامي ، ولذلك فإننا نحرص على تبنى وجهات النظر الموضوعية التي يمكن أن تساعد في فهم دور وسائل الإعلام الاجتماعية في السياق العربى ، وتجنب التفسيرات السطحية الغير كافية لفهم دورها في المجال الاجتماعى والاقتصادى والسياسي والامنى، وبالتالي يجب الاعتماد على الاتجاهات الجديدة لتحليل دور وسائل الإعلام الاجتماعية في السياق العربى .

إن تعدد تعريفات الاعلام الاجتماعى تعود إلى أن الصورة عن ذلك النوع الجديد من الاعلام لم تتبلور بعد بشكل واضح ومحدد لدى العديد من الباحثين والمتخصصين، بسبب التغيرات المستمرة فى أشكاله نتيجة التطورات فى تكنولوجيا الاتصالات التى لا تتوقف، غير أنه يمكننا أن نلاحظ أن هناك اتفاق على ظهور نوع جديد من الاعلام يختلف فى خصائصه وأشكاله عن الاعلام التقليدى ، فقد أصبح اليوتيوب على سبيل المثال بمثابة قناة تلفزيونية متاحة للجميع لعرض الفنون والأخبار ....الخ ، بينما نجد أن تويتر والفيسبوك يبدو كأداة للتعبير عن مختلف الآراء السياسية وبمثابة صحيفة متاحة للجميع، وأصبحنا بصدد نوع من الاعلام الاجتماعى المرئى والمسموع والمقروء ، يحمل فى طياته العديد من المتغيرات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية، على النحو الذى سوف نشير إليها لاحقاً فى الفصول القادمة .

وباختصار ، إن الإعلام الإجتماعى قد فرض واقعاً اجتماعيا واقتصادياً وسياسياً جديداً فى العالم العربى ، وساعد على ذلك التغير عوامل عديدة، أهمها سرعة انتشار المعلومة ووصولها إلى أكبر شريحة في المجتمع المحلي والدولي في أسرع وقت وأقل تكاليف ، مما جعل الاعلام الاجتماعى اكبر منافس للإعلام التقليدي وفرض شروط ومتغيرات جديدة تستلزم من الاعلام التقليدى ضرورة الأخذ بها للتكيف مع الواقع الجديد بالتوجه نحو مزيدا من الشفافية والاستقلالية والموضوعية فى نشر الأخبار وتحليها .

(1) انظر :

Sara Prentice and Ethan Huffman :" Social Media's New Role in Emergency Management Emergency Management and Robotics for Hazardous Environments" ,**Working Paper** , Idaho National Laboratory ,March 2008,pp.1-6

(2) انظر:

Michael Truso.V and (Others) :" Determining Influential Users in Internet Social Networks", **Journal Of Marketing Research** ,American Marketing Association ,Vol .XLVII,Agust 2010, Pp .643 – 658

(3) انظر :

Alan E. Mislove :"Online Social Networks: Measurement, Analysis, and Applications to Distributed Information Systems,**P.hD Thesis** ,RICE University, April 2009 , pp.11- 20

(4) انظر :

Suomen Toivo -Think Tank :"Social Media - The New Power of Political Influence", Version 1.O Ari-Matti Auvinen, Brussels , Centre for European Studies ,2013,pp.20

(5) لمزيد من التفصيل انظر :

David Kirkpatrick: **The face book effect: The inside Story of the Company that is connecting the World** ,NewYork: Simon Schuster.2010.

(6) انظر :

Ambady, N., Hallahan, M., & Rosenthal, R. :"On Judging and Being Judged Accurately in Zero-Acquaintance Situations ", **Journal of Personality and Social Psychology**, 1995, p. 69

(7) دوغلاس راشكوف :" من القرية العالمية إلى الجذور الشعبية: الإمكانات المدنيـة لوسـائل الإعلام والرقمية" ، على الرابط التالى:

http://iipdigital.usembassy.gov/st/arabic/publication/2011/10/20111006161418x0.305885.html#ixzz2qkOSkEJD

(8) انظر :

Julia Heidemann, Mathias Klier, Florian Probst:" Online Social Networks : A Survey of a Global Phenomenon", **Discussion Paper**, University of Augsburg, Research Center Finance & Information Management, Department of Information Systems ,Engineering & Financial Management,2012,,pp.1-10

(9) انظر :

Sumeet Gupta and Hee-Woong Kim :"Virtual Community : Concepts, Implications, and Future Research Directions ", Proceedings of the Tenth Americas Conference on Information Systems, New York, August 2004,pp. 2679-1686

(10) انظر:

Boyd, D. M., and Ellison, N. B. Social network sites: Definition, history, and scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1) (2007)pp.210-220

(11) Suomen Toivo -Think Tank ,**op.cit**,pp.26

(12) انظر:

Brad Stone : "Facebook Expands Into My Space's Territory", **The New York Times.**

(13) **Ideam**

(14) Suomen Toivo -Think Tank ,**op.cit**,pp.4-6

(15) راجع بالتفصيل : وليد رشا ذكي : المجتمع الافتراضي – نحو مقاربة للمفهوم" ، **مجلة الديمقراطية**، (القاهرة ، مركز الأهرام للدراسات الإستراتيجية ، إبريل 2009).

(16) انظر :

Marion Haas :"Social network theory and analysis: a preliminary exploration ,**Chere Working Paper 2009/5** , Sydney University of Technology, October 2009,p.4

(17) انظر :

Mohamed Ben Moussa :"From Arab Street to social movements : Retheorizing Collective action and The role of Social media in the Arab Spring ",in , Maha Taki and Lorenzo Coretti (eds) : **The Role of Social Media in The Arab Uprisings –Past And Present,Westminster Papers In Communication and Culture** ,Volume 9 ,Issue2, University of Westminster, April 2013,pp. 58-60

(18) **Ibid** ,pp. 55-60

(19) Mohamed Ben Moussa ,**op.cit**,pp. 58-60

(20) انظر:

Marion Haas, **op.cit**,,pp.4- 6

(21) وليد رشاد ذكي: " نظرية الشبكة من الأيدلوجية إلى الميثودولوجيا" ، **قضايا استراتيجية** ، القاهرة ، المركز العربي لدراسات الفضاء الالكتروني ، مارس 2013، ص ص 9-12

(22) **المرجع السابق** ، ص ص 6-12

(23) وليد رشاد ذكي: "المواطنة في المجتمع الافتراضي تأملات نظرية على مرجعية الواقع المصري"،**ورقة مقدمة إلي المؤتمر السنوي الحادي عشر المسئولية الاجتماعية والمواطنة**، القاهرة : المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ص ص 1- 23

(24) وليد رشاد ذكي: " نظرية الشبكة من الأيدلوجية إلى الميثودولوجيا" ،**مرجع سبق ذكره** ، ص ص 9-12

(25) انظر:

Rob Schroeder, Sean Everton, and Russell Shepherd : "Mining Twitter Data from the Arab Spring, **CTX Vol. 2 No. 4** ,Special Issue :Social Media in Jihad and Counterterrorism ,Vol. 2, No. 4 ,
https://globalecco.org/mining-twitter-data-from-the-arab-spring

(26) انظر:

Jeffrey Ghannam: Social Media in the Arab World: Leading up to the Uprisings of 2011, A Report to the Center for International Media Assistance ,(Washington, D.C: The Center for International Media Assistance (CIMA) ,February, 2011),p. 10

(27) انظر:

Tim Eaton:" Internet Activism and The Egyptian Uprisings: Transforming Online Dissent into The offline world",in ,Maha Taki and Lorenzo Coretti (eds) : The Role of Social Media in The Arab Uprisings –Past And Present,Westminster Papers in Communication and Culture ,VOLUME 9 ,Issue2, University of Westminster, April 2013,pp.6-12

(28) **تقريـر الإعـلام الاجتماعـى 2013**،دبى : كليـة دبى لـلإدارة الحكوميـة ، برنـامج الحوكمـة والابتكار، أكتوبر 2012 ، ص ص 1-10.

(29) **نفس المرجع السابق**

(30) د سعود صالح كاتب : الإعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص ، المؤتمر العالمة الثانى للإعلام الاسلامى ، جدة : جامعة الملك عبد العزيز ، كليـة الآداب ، ديسـمبر 2011، ص ص 18-24.

الفصل الثانى

الأبعــاد الاجتماعية

الفصل الثانى

الأبعـاد الاجتماعية

إن القراءة التحليلية الموضوعية لما تشـهده المنطقـة العربيـة مـن تحـولات مجتمعية وثقافية جارية لا تتحقق إلا فى ضوء دراسة تأثير الإعـلام الاجتماعـى فى السياق الاجتماعي والثقافى العربى ، لأنه بـلا شـك أن هـذه التحـولات قـد تـأثرت بالنمو الاستثنائى المتواصل لظاهرة الإعلام الاجتماعي، وهو الأمر الذى يسعى هذا الفصل إلى عرضه .

فقد فتحـت الثـورة التكنولوجيـة والإعـلام الاجتماعـى عصراً جديـداً يقـارن بعصر الثورة الصناعية التـى غـيرت كثـيراً مـن أوجـه النشـاط الانسـانى ، وجـاءت الإعلام الاجتماعى ليفتح آفاقاً جديدة للمعرفة والثقافـة ، وأصـبح الإنسـان قـادراً على التواصل مع الآخرين دون حواجز أو موانع ، فقد تجـاوز الإعـلام الاجتماعـى دوره كوسيلة للاتصال إلى أن أصبح مصدراً من مصادر الثقافة والمعرفـة ، وأصـبح مصدراً مهماً للوصول إلى المعلومات سواء أكانت معلومـات متخصصـة أو عامـة ، وسواء أكانت مقروءة أم مسموعة أم مرئية ، فيسر سرعة الوصول إلى المعلومـة و الحصول عليها.

لقد ساهم الإعلام الاجتماعى في خلق أنماط غير تقليدية من الجماعات ومن العلاقات والتفاعلات الاجتماعية التي لا ترتبط بهويـة أو قوميـة بـذاتها أو بإطـار جغرافى محدد المعالم والأبعاد ولكنها تتم عـبر الانترنـت ،فلا يشـترط في تأسيسـها بيئـة جغرافية واحدة أو هيكل أو بناء محدد لها ، كما هو متعارف في الجماعـات التقليديـة ، فسـاهم بـذلك في تشـكيل وعـي الفئـات الاجتماعيـة التـي تتفاعـل بداخلها وتلعب أيضاً دوراً حيوياً في تكامل منظومة الثقافة والأهم في هذا الصدد التفاعل بين الثقافات المختلفة عبر الإعلام الاجتماعى ، فالثقافـة التـي تجمـع بـين الأفراد الذين يتفاعلون عبر الانترنت، تسمى بالثقافة السـيبرية Cyber culture ، فهي ثقافة خاصة بمجتمعات ما بعد القومية ، حيث يشكل هـذا الـنمط الجديـد إطارا ثقافياً جديداً [1].

لقـد أصـبح اسـتخدام الإعـلام الاجتماعـي أوسـع انتشـاراً وأشـد تـأثيراً عـلى المجتمعـات العربيـة، الأمـر الـذى جعلـه وسـيطاً للتغيـير الاجتماعـى، بالإضـافة إلى دوره الفعال فى التأثير عـلى المواقـف الثقافيـة، وهـذا مـا لفـت انتبـاه علـماء

الاجـتماع الـذين أصـبحوا أكـثر تفـاؤلاً بشـأن الفـرص الجديـدة التـى يوفرهـا للمجتمعـات، فتحـدث العديـد مـنهم عـما يسـمونه " المجتمعـات الرقميـة " و "القرية العالميـة"، فى إشـارة قويـة إلى تـأثير الإعـلام الاجتماعـي عـلى المجتمعـات المعاصرة، فقد سمح بشروع بعض أفراد المجتمع فى تكوين علاقات الصـداقة عـبر الحدود الوطنية والدولية، فساهم فى التفاعل الثقافى بين ثقافـات وأفـراد ينتمـون إلى مجتمعات مختلفة،عربية وغير عربية، وساهم بدور إيجـابى فى إثـراء السـاحة الثقافية بشكل أو بآخر، فغير مفهوم التفاعل الفكرى والثقافي، فتفاعـل المفكـرين والأدبـاء والفلاسـفة مـع القـراء، فسـقطت كـل الحـواجز أمـام التواصـل المعـرفي والثقافي، وأتاح الفرصة لكـل الاتجاهـات الفكريـة والأيدلوجيـة للتعبـير والتغيـر، ففتح مجالاً واسعاً للإنتاج الفكرى والثقافى [3].

وبالتـالى يركـز هـذه الفصـل مـن الكتـاب عـلى التعـرف عـلى تـأثير الإعـلام الاجتماعـي مـن خـلال دراسـة علاقتـه وتـأثيره فى التفاعـل الاجتماعـى والثقـافى ، وباعتبـاره أداة للحـوار المجتمعـى عـلى المسـتوى الأفقـى بـين الأفـراد والمـواطنين وبعضهم البعض ، وأيضاً تأثيره على انتماء الفـرد وهويتـه ، ثـم ننتقـل إلى كشـف التحديات والآثار الاجتماعية السلبية لهذه الظاهرة.

الإعلام الاجتماعى والتفاعل الاجتماعى:

لقد أصبح الإعلام الاجتماعـى ظـاهرة اجتماعيـة غـير عاديـة في المجتمعـات الحديثة، وجزءا لا يتجزأ من هياكـل وديناميـات الثقافـة المعـاصرة ، ويمثـل نمـط للحياة وثقافة جديدة تتضمن تحولاً اجتماعياً عميقاً ، فقـد تغـير مفهـوم الزمـان والمكان، وأصبحنا بصدد طرق رئيسية للاتصال والتفاعل والترفيه، و إعادة تشكيل للخريطة الإجتماعية، حيث اتخذ النشاط والسلوك الاجتماعى طابعـاً رقميـاً لـدى الشباب الماهرين في استعمال التكنولوجيا.

ولعل من أهم مزايـا الإعـلام الاجتماعـى التـى لا يمكـن تجاهلهـا ، هـو أنـه أتاح الفرصة للتفاعل مـع أي شـخص، في أي مكـان وفي أى وقـت، و بالتـالى فهـو لا يـروج لـردود الفعـل الـواردة مـن الجماهـير فحسـب، بـل شـجع أيضـاً عـلى الحوار بين الشخص والآخر، وخلق بيئة جديدة تمامـاً للحـوار المجتمعـى والعمـل الجماعى، وهذا هو المقصود بالفعل بعبارة وسائل الإعلام الاجتماعية، فلـم يعـد المواطن بعد الآن مجرد مستهلك لوسائل الإعـلام بـل أصـبح منتجـاً لهـا، و أصـبح

الواقع الاجتماعى العربى بالفعل ممثلاً بدرجة جيدة في وسائل الإعلام الاجتماعى ، فقد انهارت السيطرة السابقة على الاهتمامات المجتمعية من جانب من يسيطرون على الإعلام التقليدي ، و أصبحنا الآن نحوز وسائل إعلام خاصة بنا ، عندما نعيش رقمياً، فإننا نميل إلى العمل وفق مقياس يتلاءم بدرجة أكبر مع هوياتنا كبشر، كأهل، كعمال أو كأعضاء في المجتمع الأهلي،و يبرز العالم الحقيقي لأقراننا على انه أكثر أهمية بكثير ، ولهذا السبب فإن النشاطات والحركات التي خلقها الإعلام الاجتماعي أصبحت مركزة ومنظمة ومحفزة محلياً إلى حد كبير [(3)].

إن ثمة تأثيرات إيجابية للإعلام الاجتماعى أخرى لا يمكن تجاهلها ، كشفت عنها دراسات عديدة ، وأهمها أن وسائل التواصل الاجتماعى قد حلت محل فضاءات اجتماعية مثل المنتزهات وأماكن التسوق والشارع ، لبناء العلاقات الاجتماعية ، وأحدث الإعلام الاجتماعى نقلة نوعية فى آليات التعليم والتعلم ، بتوفير الخدمات التربوية وبصورة أسرع وأقل تكلفة ، وأعاد النظر فى فلسفة العمل التربوى ومناهجه والياته، و دمج قواعد المعلومات التربوية وتكاملها ، كما أنه يوفر فرص عديدة لتطوير نظام الإدارة التربوية والمدرسية وإيجاد علاقة جديدة بين العاملين فى الحقل التربوى وبعضهم البعض من جانب وبينهم وبين الشركاء التربويين والمستفيدين من الخدمات التربوية من جانب آخر [(4)].

لقد ظهرت العديد من الصفحات الاجتماعية على الفيسبوك وظهرت مجتمعات افتراضية ، فهناك صفحات تعليمية وترفيهية ودينية وثقافية ، المدرسة والنادى ....الخ ، كما ظهرت مواقع للإعلان عن الوظائف وجعلت من الإعلام الاجتماعى بمثابة سوق إفتراضي للوظائف ، إذ يعد بذلك مدخلاً وميسراً إلى المعلومات المخصصة عن الوظائف وفرص العمل ، ويعتمد العديد من الشباب عليه للعثور على الوظائف ، وعلاوة على ذلك فقد ظهرت مواقع من أجل دعم التفاعل الاجتماعى مع الجماهير ، مثل صفحات النجوم ومشاهير الفن والموسيقى و قرة القدم . وليس ذلك فحسب فقد بدأت أندية كرة القدم تشجع لاعبيها على الاندماج بأكبر قدر ممكن في مواقع التواصل الاجتماعي، ولا يبدو مستغرباً أبداً أن تكون صفحة النجم الأرجنتيني ليونيل

ميسي على الفيسبوك أكثر شعبية من تلك التي تخص ناديه برشلونة الإسباني، إذ تحوي 51 مليون متابع مقابل 47 مليون متابع للنادي الكاتالوني، ونفس الأمر ينطبق على النجم البرتغالي كريستيانو رونالدو الذي تضم صفحته 65 مليون متابع، مقابل 44 مليوناً يتواجدون في صفحة ناديه ريال مدريد الإسباني [5].

فقد تفاعل لاعبو كرة القدم مع جماهيرهم محلياً وعالمياً، وعلى سبيل المثال، يعتبر نادى برشلونة حامل لقب دوري الدرجة الأولى الاسباني لكرة القدم أول نادى رياضي يصل عدد متابعيه على موقع فيسبوك للتواصل الاجتماعي على الانترنت إلى 50 مليوناً حيث يوفر موقع الفيسبوك تغطية بالصور والفيديو، وبلغ عدد متابعي النادى فى اندونيسيا 4.73 مليون ، ثم المكسيك بواقع 3.5 مليوناً والبرازيل 2.5 مليوناً، والولايات المتحدة 2.1 مليون ، واحتلت مدينة القاهرة من بين مدن العالم مركز الصدارة برصيد 746 الفاً ، تليها مكسيكو سيتي وبها 666 الفاً، ثم جاكرتا وبها 623 الفاً [6].

وقد أستعرض أحد المواقع الإنجليزية المهتمة بإعداد التقارير الخاصة بكرة القدم تقرير خاص عن أكثر الأندية متابعة على موقع التواصل الاجتماعي تويتر، وأشار إلى أن الفريق اللندني يمتلك حوالى 3012574 متابعاً على موقع التواصل الاجتماعي تويتر، بينما يمتلك فريق تشيلسي اللندني 2976499 متابعاً ، وليفربول 2088943 متابعاً ، ومانشستر يونايتد 1305302 متابعاً، و مانشستر سيتي 1277667 متابعاً ، توتنهام هوتسبيرز 722668 متابعاً، نيوكاسل يونايتد 318210 متابعاً ، إيفرتون 268030 متابعاً ، ويست هام يونايتد 238028 متابعاً، وأستون230953 متابعاً على تويتر [7].

وكذلك تفاعل نجوم الفن والغناء مع جماهيرهم عبر وسائل التواصل الاجتماعى، وعلى سبيل المثال ، أستعرضت قناةCNN على موقعها الرسمى أكثر عشرة شخصيات متابعة بين رموز الغناء والموسيقى في الولايات المتحدة الأمريكية وفي العالم بشكل عام، حيث جاء المغني جستن بيبر متربعاً على عرش موقع تويتر بحوالى 33.333 مليون متابع، ثم المركز الثاني، المغنية ليدي غاغا بحصولها على 33.329 مليون متابع، والمغنية الأمريكية ريانا 29.9 مليون متابع، كايتي بيري 31.4 مليون متابع، المغنية الأمريكية بريتني سبيرز 23.3

مليون متابع ، الممثلة تايلور سويفت 23.1 مليون متابع، المغنية شاكير19.3 مليون متابع ، وكيم كارداشيا 17.2 مليون متابع حول العالم [8].

الإعلام الاجتماعى والتغيير الاجتماعى:

لقد ربط الإعلام الاجتماعى بين الملايين من الناس في جميع أنحاء العالم الآن من خلال الشبكات والبنى التحتية الرقمية في أشكال تنمو بشكل متزايد ومتطور، فغيرت الشبكات الرقمية الخريطة الاجتماعية، وظهرت الهياكل الاجتماعية الرقمية لتتجاوز حدود المجتمعات [9]، وتتلخص المتغيرات الاجتماعية للشبكات فى تكوين الصداقات، عضوية الجماعات، ويمكن طرحهما، فقد سهلت تكوين الصداقات، حيث تجمع الشبكات بين الصداقات الواقعية، والصداقات الافتراضية، والفرضية الأساسية التى تقوم عليها هذه الصداقات هى مشاركة الاهتمامات، والجمع بين أصحاب الاهتمامات عبر الفضاء المعلوماتى، فجمعت فى طياتها الجماعات الاجتماعية ذات الاهتمامات المتجانسة، التى يمكن أن تتشكل بين أفراد المجتمع المحلى، أو يتم الاشتراك فيها على مستوى الصعيد العالمى، فى مصر انتشرت الجماعات المحلية، فهناك جماعات لمعظم المحافظات، بل هناك مدارس أسست جماعات على الفيسبوك، كما أن هناك جماعات مرتبطة بالجامعات المصرية، وجماعات للكليات المختلفة، وجماعات لأصحاب الاهتمامات وغيرها [10].

لقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعى بمثابة 'قنوات' للاتصال والتقارب الاجتماعى من خلال التفاعل بشكل يمكن توجيه بالاستفادة منها فى تحقيق الاندماج الاجتماعي، وتوجيه السلوك الاجتماعي من خلال إتاحة الفرصة للفرد بالمشاركة والتعبير عن الذات، فضلاً عن أهميتها فى تشكيل البناء الادراكى والمعرفى للفرد وفى تشكيل رؤيته تجاه قضايا مجتمعة والقدرة على تحليلها واستيعابها لاتخاذ السلوك المناسب، فقد يكون تأثيرها فى بعض الأحيان قوياً جداً على نشر نمط سلوكى وثقافي واجتماعى إيجابى ينتهجه الفرد، فكلما كان الفرد لديه اهتمامات حول قضايا معينة فانه يتجه إلى إشباعها بما يتفق مع أفكاره واتجاهاته.

وقد أشارت العديد من الدراسات الاجتماعية في مجال وسائل الإعلام إلى دور الإعلام الاجتماعى فى الحضور الاجتماعي (العرض الذاتي، والكشف

الذاتي)، فهو يختلف عن الإعلام التقليدي في درجة "الحضور الاجتماعي" الذى يتأثر بالعلاقة الحميمة كالتى تحدث عبر الاتصال الهاتفي أومن خلال الاتصالات الشخصية (المباشرة وجها لوجه) أو من خلال الاتصالات غير المتزامنة (مثل البريد الإلكتروني) أو الاتصالات المتزامنة (مثل الدردشة الحية)، ومن ثم فان الإعلام الاجتماعى يعمل على زيادة الحضور الاجتماعى والتأثير الايجابي فى العلاقات الاجتماعية بفعالية [11].

إن الفرصة التى يتيحها الإعلام الاجتماعى للفرد للعرض الذاتي بلا شك تسمح بزيادة درجة التفاعل الاجتماعي، لأنه يشبع رغبة الفرد في قياس انطباعات الآخرين والتأثير فيها ، فضلاً عن إشباع رغبة الفرد في خلق صورة تنسجم مع الهوية الشخصية، ومن ثم تحقيق الرضا النفسى، لأن السبب الرئيسي الذى يجعل أى شخص يقوم بإنشاء صفحة شخصية على الفيسبوك، على سبيل المثال، هو الرغبة في عرض الذات في الفضاء الإلكتروني، ويتم مثل هذا العرض من خلال الكشف عن المعلومات الشخصية، ومن ثم فان الإفصاح الذاتي هو خطوة مهمة لتنمية العلاقات الاجتماعية وزيادة التفاعل الاجتماعى وتحقيق التجانس المجتمعى [12].

لقد أدى ظهور الإعلام الاجتماعى إلى إحداث ثورة حقيقية وتحولات جوهرية على مختلف التنظيمات والبنى الاجتماعية، فأحدث طفرة نوعية ليس في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات فحسب، بل في نتائج وتأثير هذا الاتصال في المجال الإنساني والاجتماعي والثقافي، كأداة فعالة للحوار المجتمعى ، فحد من تأثير المثقف التقليدي، وأبرز مثقفاً جديداً، وأصبح التأثير الفكري لشباب الإعلام الجديد على المجتمع أكبر بكثير من تأثير المثقف التقليدي أو النخب القديمة، وبالتالى خلق قنوات جديدة لعرض مطالب بعض فئات المجتمع ذات الخصوصية [13]، إلى درجة انه أصبح أحد أهم عوامل التغير الاجتماعي محلياً وعالمياً ، وذلك بما يتيحه من إمكانات للتواصل والسرعة في إيصال المعلومة ، بحيث لم يعد للإعلام التقليدي القدرة على إحداث هذا التغيير، وتحدى التأثير المباشر والفعال لشبكات التواصل الاجتماعي [14].

لقد تحول الإعلام الاجتماعى من أداة ترفيهية إلى أداة ذات تأثير كبير فى أنماط التفاعل الاجتماعى ينتشر بين مختلف فئات وطبقات المجتمع ، كوسيلة

مثاليـة للتعبـير عـن الـرأى بحريـة ، ووسـيلة لتفريـغ الضـغط الـنفسى والمشـاعر المكبوتة ، لأنه خلـق التفاعـل والاعـتماد المتبـادل، بحيـث ولـد التفاعـل المسـتمر بشكل أبعد من حدود المجتمعات، فقد غير طبيعة العلاقـات الاجتماعيـة ، وأثـار قضـايا الـرأي العـام، فربطـت مؤسسـات الفكـر والـرأي، و العلـماء والناشـطين والباحثين فى علم الاجتماع. فساهم في إعادة تشكيل الأنماط التواصلية التقليديـة القديمة القائمة على احتكار النخـب السياسـية والثقافيـة لوسـائط الإعـلام وبـاقي وسائل التعبير [15].

الاعلام الاجتماعى والتنشئة الاجتماعية:

إن التغيير الاجتماعـى يبـدأ مـن الفـرد مـروراً بالجماعـة ليشـمل المجتمعـات والمجتمع العالمى بأسره ، فعلى المسـتوى الفـردى ، نلاحـظ التـأثير الايجـابي للإعـلام الاجتماعى على زيادة المشاركة والتعبير عن الذات، وتشكيل البناء الادراكى والمعـرفى للفرد، وتقديم العظة والاجتماعية فى حدود الأعراف الاجتماعية، مـما يتطلـب مـن المشاركين إعادة تقيـيم الحـدود الاجتماعيـة، فإنـه لـيس مـن المسـتغرب أن بـرامج الألعاب المتاحة على وسائل التواصل أصبحت جانباً أساسـياً مـن جوانـب المشـاركة المجتمعية، خاصة لـدى الأطفـال الـذين يسـتخدمون وسـائل التواصـل الاجتماعـى، ومن ثم تأثيره على عملية التنشئة الاجتماعية والتربويـة، الأمـر الـذى يتطلـب مـن المتخصصين الاجتماعيين المزيد من الدراسات لتوجيه الأطفـال لاسـتيعاب إمكانيـات شبكات الانترنت، ومن ثم أهمية دراسة تأثير التفاعلات الاجتماعيـة التـى تـتم عـبر الشبكة،ودراسة تأثير الأشكال الجديدة من البرامج الاجتماعية،التى ربطت شـبكات من الأصدقاء وأفراد الأسرة،على الكيانات والمؤسسات الاجتماعية، بدايـة مـن الأسرة والمسجد والمدرسة والنوادى ....الخ [16].

ناهيك عن أن الإعلام الاجتماعى قد سـاعد عـلى ظهـور أنمـاط جديـدة مـن التنشئة الاجتماعية، فكسر الحواجز والروابط التقليدية داخل الأسرة والمجتمعات المحلية، وسمح لبناء الذات خصوصاً عند الشباب المستهلكين للتكنولوجيـا، لأنهـم اعتمدوا عليه بحماس ، فلم تعد التفاعلات في اتجاه واحد من خـلال: التلفزيـون، والإذاعة، والمجلات والموسيقى، بل فى اتجاه ثنائى وأفقى [17] .

وليس من المبالغة هنا القول بان الإعلام الاجتماعى قد ساهم فى إجراء عملية إعادة تخطيط اجتماعية للمجتمعات، ولذلك قد يفيد هنا أن نشير إلى ما أكدتها دراسة حديثة عن أهمية الإعلام الاجتماعى كأداة تعليمية ، حيث أبرز تقرير كلية دبي للإدارة الحكومية أن الإعلام الاجتماعي ينظر إليه باعتباره أداة داعمة أساسية لوسائل التعليم، وأعرب 84٪ من الذين أجرى عليهم الاستطلاع أن الطلاب سوف يستفيدون من استخدام الإعلام الاجتماعي في تطوير مهارات ريادة الأعمال، وأكد 76 % أنهم يستخدمون الإعلام الاجتماعي وأدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لاكتساب مثل هذه القدرات والمهارات ، واتفق غالبية المستطلعين على وجوب إدخال مهارات ريادة المشاريع فى المناهج الدراسية ، وفى الواقع، أعرب 80% من أفراد العينة عن أن إصلاح التعليم على المستوى الوطنى ينبغى أن يشمل إدخال تقنيات الإعلام الاجتماعى فى الفصول الدراسية ، بينما أعرب حوالى نصف المستطلعين فقط انهم تلقوا نوعاً من التدريب المهنى لتعزيز مهاراتهم الريادية [18].

الإعلام الاجتماعى والانتماء الوطنى:

من المعلوم أن الانتماء الوطنى و القومى فى مجتمعنا العربى يرتبط بالقيم والثقافة واللغة والتاريخ والجغرافيا المشتركة، لذلك حاولت العديد من الدراسات التعرف على دور وتأثير وسائل التواصل الاجتماعى على هوية الفرد وانتمائه الوطنى، وقد يفيدنا هنا ذكر ما توصلت إليه إحدى الدراسات التى نشرت فى تقرير الإعلام الاجتماعي في العالم العربي في مايو 2013 ، والتى أعتمدت على استبيان لطرح مجموعة من الأسئلة تقيس مدى استجابة الفرد لذلك النوع الجديد من الإعلام ، والتعرف على مدى تأثيره على الهوية الوطنية، الهوية العالمية، الهوية الاقليمية، الهوية الدينية، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تأثير ايجابى لوسائل التواصل الاجتماعى على الانتماء الوطنى عند الفرد، حيث تلاحظ قدرة المبحوثبن فى التأثير فى مجتمعاتهم، وأعربوا على أن تواصلهم مع أبناء بلدهم ومجتمعاتهم ومساهمتهم فيها وتفهمهم لها أصبح أفضل وأسهل من خلال استخدام تلك المواقع ، وأدلوا بآراء ايجابية بشان تأثير هذا الإعلام على التغيير الاجتماعى مما يشير إلى التأثير الابجابى لهذه المواقع

على انـتماء الفـرد وعـلى هويتـه الوطنيـة والثقافيـة بشـكل يعـزز مـن الانـدماج الوطنى داخل المجتمعات العربية [19].

وقد عزز الإعلام الاجتماعي في البلدان الثمانية التـي أجـري فيهـا الاسـتبيان، جوانب مختلفة من هويات المشاركين بالترتيب التنـازلي التـالي: الهويـة الوطنيـة، والهوية العالمية، والهوية الإقليمية، والهويـة الدينيـة ، فعـلى المسـتوى الشـخصى، يـؤثر اسـتخدام الإعـلام الاجتماعـي عـلى الأفـراد أنفسـهم، وبالتـالي قدرتـه عـلى إطلاعهم على الأفكار والآراء المتنوعة، مما يجعلهم أكثر انفتاحاً وتسامحاً مع هذه الآراء ، ناهيك عـن تـأمين التواصـل بـين الأفـراد ، ومسـاعدتهم عـلى تبـادل الآراء والتجارب في العالم بأسره، و إحداث تغيير في مـواقفهم تجـاه الآخـرين ، بـل عـزز أيضاً إحساسهم بالهوية ضمن هذا المجتمع الافـتراضي الجديـد المتشـابك، لاسـيما الهوية الوطنية فقد احتل الشعور بالمواطنـة المحليـة المرتبـة الأولى بعـد الشـعور بالمواطنة العالمية التى جاءت المرتبة الثانية فى اهتمامات المبحوثين ، وأتت الهوية الدينية في المرتبة الأدنى، ما قد يعني أن الإعلام الاجتماعي قد يكون له، في الوقت الحالي، القدرة على التأثير على مجتمع معولم بصورة أكبر من خلال تقليـل التركيـز على الاختلافات الدينية، وهو أمر يحتاج المزيد من البحث المتخصص [20].

بينما أشارت دراسـة أخـرى إلى سـيطرة القضـايا الدينيـة عـلى حـوارات الشـباب العــرب فى لبنــان وتــونس ومصر والأردن عــبر شــبكات التواصــل الاجتماعــي عــلى عكس نظرائهم الأوروبيين والأمريكيين ، وتوصـلت إلى أن حـوارات العـرب عـن الـدين ونقاشهم حـول شـئون مجتماعـاتهم عـبر شـبكات التواصـل الاجتماعـي يفـوق بكثـير دول العالم الأخرى ، وقالت إن 6 مـن كـل 10 أشـخاص (60%) يسـتخدمون شـبكات التواصل الاجتماعي في مصر وتونس والأردن ليتحدثون في شئون الدين، بينما في أوروبا الغربيـة لا تتجـاوز نسـبتهم 1مـن كـل 10 أشـخاص (10%) ، وقـد أظهـرت الدراسـة الاختلاف بين العـرب والأوروبيـين والأمـريكيين الـذين يميلـون إلى نشر صـور قططهـم والتحدث عن الموسـيقى والأفـلام والرياضـة، بيـنما يميـل العـرب إلى مناقشـة القضـايا الحساسة مثل السياسة وقضايا المجتمع، ويعتقدون أن هذه الشبكات أثرت على تغيير

مجتمعاتهم، وجعلتهم أكثر تسامحاً مع وجهات النظر المختلفة عن وجهات نظرهم [21].

وعلى أية حال، فقد ساهم الإعلام الاجتماعى في تكوين هذا الإحساس لدى فئات واسعة من المجتمع على المستوى الإقليمي، وخاصة فى البلدان الثلاثة التي تضم أكبر عدد من مستخدمي الإعلام الاجتماعي، من حيث الانتشار والأعداد، (مصر والمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة) ، حيث تلاحظ أن المشاركين في الاستبيان في البلدان الثلاثة يجمعون على أن تواصلهم مع أبناء بلدهم ومجتمعاتهم ومساهمتهم فيها وتفهمهم لها أصبح أفضل وأسهل من خلال استخدام أدوات الإعلام الاجتماعى، وتتمتع مصر بأعلى نسبة من الإجابة بالموافقة على العبارات الثلاث، تليها المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة، مما يشير إلى ارتباط محتمل بين الاستخدامات السياسية للإعلام الاجتماعي أثناء الحركات الشعبية، وتأثير الإعلام الاجتماعي على وجهة نظر الفرد بالمجتمع [22].

الإعلام الاجتماعى والتحديات الاجتماعية:

على الرغم من الصورة المشرقة عن تأثير الإعلام الاجتماعى على الفرد والمجتمع، إلا أن هذه الصورة تشوبها بعض المخاوف التى حذر منها علماء الاجتماع، ومن أهمها التأثير السلبى لإدمان الشباب لمثل هذه المواقع ، حيث أنها تعزلهم عن محيطهم الاجتماعي والتعامل مع أصدقاء افتراضيين ، مما جعلهم أكثر عزلة عن أسرهم، حتى أصبح الإقلاع عن التدخين والكحول أصعب من ترك موقع " تويتر"، وأن مقاومة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي صارت في غاية الصعوبة، لسهولة الوصول إليها، وتوافر الأجهزة الذكية، بحيث تكون إرادة الإنسان أقوى في مقاومة الرغبة فى ممارسة التمارين الرياضية ، وأضعف أمام الإقلاع عن استخدام وسائل التواصل [23].

وفى هذا الصدد ، يوجه العديد من المحللين والنقاد التقد لوسائل الإعلام الاجتماعية، على أساس أن التفاعلات الاجتماعية التى تتم عبرها تتسم بتعددية المراكز وتبادلها، لان هذه العلاقات لا مركز لها، وكلها علاقات تخرج عن السيطرة، فمن داخل غرف الدردشة لا يوجد سلطة مركزية توجه الحديث، وكل فرد يستطيع أن يكون مركز الجماعة في أحيان كثيرة ، ومن ثم فهذه

التفاعلات لا يحتكرها شخص يهيمن ويقوم بفرض سيطرته علي الحوار، ولكن كلها تفاعلات لامركزية ، كما أن العلاقات الاجتماعية التى تتشكل عبر الإعلام الاجتماعى في معظمها تجمعات خفيه مجهولة الهوية، إلا في القليل منها، فالفرد الذي ينخرط في هذه التفاعلات له الحق أن يخفي نفسه تحت مسميات مختلفة ، وأحياناً يدخل التفاعلات بأسماء مستعارة، بل أحياناً يدخل الذكور بأسماء الإناث والعكس، فهوية الفرد تختفي في ظل هذه التفاعلات بل تتباين في قوالب عديدة [24].

ويرى العديد من الخبراء أيضاً، أن وسائل التواصل الاجتماعي لا تساهم في زيادة عدد الأصدقاء المقربين من الإنسان، بالرغم مما وفرته من سهولة غير مسبوقة تاريخياً في التواصل مع عدد كبير من الأشخاص، حيث يرون أن توسع شبكة العلاقات وامتلاك العشرات أو المئات من الأصدقاء على فيسبوك وتويتر لا يعني أن الشخص يحظى بعدد كبيرٍ من الأصدقاء المقربين منه عاطفياً، والذين يمضي وقته معهم، إذ إن عدد هؤلاء لا يتغير سواء استخدم الإنسان وسائل التواصل الاجتماعي أم لم يستخدمها، بل قد يجعل الإنسان يستبدل الأصدقاء المقربين منه بآخرين جدد، فمهما توسعت شبكة علاقاته الشخصية في الحياة الواقعية وعلى شبكات التواصل الاجتماعي، فإن اكتساب صديق جديد مقرب عاطفياً يجعله بالضرورة يحل محل صديق مقرب سابق، وذلك من حيث التعلق العاطفي وساعات التواصل وتبادل الاتصالات الهاتفية واللقاءات وغيرها، ويفسر علماء النفس هذه النتائج بأن العلاقات الإنسانية تحتاج إلى بذل مجهود ذهني وعاطفي كبير حتى تضمن استمرارها، إضافة إلى الوقت، و أن الإنسان يملك مخزوناً معيناً من قدرات التواصل، بحيث إن تطور وسائل الاتصال لا تستطيع تغيير ذلك، وأن هناك "بصمة اجتماعية" ثابتة تحدد طبيعة علاقات كل إنسان، وعدد الأشخاص المقربين منه في كل لحظة [25].

ويعترف مارك زوكربيرج، مصصم الفيسبوك، بان الفيسبوك يواجه تهديدات أخرى، فكما يصبح الشخص مريضاً بأكل الكثير من الكعك، فهناك أيضاً إحساس متزايد بزيادة عبء الفيسبوك عندما تصبح الرسائل التي لا حصر لها من الأصدقاء أكثر مما يحتمل، ولذا يرى بعض المحللين أن الفيسبوك لم يعد هواية ولكن له منظره الخاص وقوته الكبرى على الإنترنت العالمي، ويتنبأ بعض

المحللـين بحـدوث انخفـاض في الأوقـات التـي يقضـيها المسـتخدمون عـلى الموقـع، ولكـنهم يشـككون فى ألا يكـون لـدى شركـة الفيسـبوك رغبـة لتحقيـق الأربـاح بالاستفادة من القاعدة الضخمة لبيانات المستخدمين الموجودة على الفيسبوك [26].

وليس ذلـك فحسـب ، بـل حـذر بعـض الخـبراء مـن أن الاسـتخدام المفـرط للشبكات الاجتماعية، هروباً من الواقع الحقيقـى إلى الواقـع الافـتراضى ، قـد أدى إلى فقـدان المهـارات المطلوبـة لإقامـة علاقـات إجتماعيـة في البيئـة المجتمعيـة الواقعية، وتراجـع الاتصـال الشـخصي المبـاشر في مقابـل التواصـل عـبر الشـبكات الإجتماعية، الأمر الذي يؤدي إلى جنوح الشباب نحـو الاغـتراب الاجتماعـي، ومـن ثـم التـأثير السـلبى عـلى سـلوك الفـرد داخـل المجتمـع بشـكل يجعلـه يميـل إلى الانطوائية والتمركز حول الذات، والتوقف عن المشـاركة في الأنشـطة الاجتماعيـة والرياضـية والتلاقـي مـع أفـراد الأسرة، الأمـر الـذى يـؤثر عـلى منظومـة القـيم الاجتماعية لدى الفرد بتقديمه للقيم الفردية على القيم الاجتماعية مما يقلل مـن فـرص التفاعـل الاجتماعـي وخاصـة لـدى المـراهقين الـذين تجـذبهم المعلومـات الخيالية وغـير الواقعيـة مـما يـؤثر بشـكل سـلبى عـلى عـادات وتقاليـد الأجيـال الجديدة ، ومن ثم الصراع بين الأجيال ، فضلاً عن التـأثير السـلبي عـلى العلاقـات الأسرية والتواصل الجسدي والنفسى [27].

ويـرى جـاري كـروجGray Krug إن ابتكـار الواقـع الافـتراضي وعوالمـه الالكترونية أدي إلي تفكيك العلاقات الاجتماعية، ويقصد بذلك أن تلك التفـاعلات الاجتماعية الجديدة قد أثـرت فى المجتمـع سـلبياً بتفكيـك العلاقـات التـي تقـوم علي أساس الوجه بالوجه، ويتفق مع هذا الطـرح أيضـاً ألـبرت بـورجمان Albert Borgman ، ويرى أن هذا العالم الافتراضى الجديد يبعدنا عـن عالمنـا الـواقعى ، ووفقـاً لوجهـة النظـر هـذه فـإن الاسـتخدام المفـرط والمـدمن لوسـائل التواصـل الاجتماعــي سـوف يـؤثر بـلا شـك عـلى العلاقـات الاجتماعيـة سـلبياً ، إذ أن هذه الجماعات لا ترتبط بهوية بذاتها أو قومية معينة ولكنهـا تجمـع بـين أفـراد ينتمون إلي هويـات مختلفـة وقوميـات متعـددة ، وكـل مـا يجمعهـم فقـط هـو اهتمامات مشتركة ، ومن ثـم فقـد أدى هـذا النـوع الجديـد لـدى بعـض الأفـراد وخاصـة الانطـوائيين إلى النـزوع إلي الفرديـة والانعـزال عـن السـياق الاجتماعـي

المحيط بهم، حيث تأخذهم تلك الوسائل من عالمهم الواقعي إلي عالم افتراضي [28].

إن الفرصة التى تتيحها وسائل التواصل للفرد لإنتاج المواد الإبداعية من شأنها خلق ثقافة جديدة محلية وعالمية، ربما تتعارض مع القيم السائدة، و بالتالى ينبغي أن ينظر إلى مواقع الشبكات الاجتماعية فى السياق الاجتماعي والثقافي ، وتوجيه الأفراد لاستغلالها من أجل المشاركة الجماعية والمشاركة في عمليات بناء الهوية [29].

وبالإضافة إلى ما سبق ، فإن بعض المتخصصين فى علماء الاجتماع والمجتمعات ينظرون إلى تأثير وسائل التواصل من زاوية أخرى ، ويشيرون إلى ما أحدثته من تغيير تقني غير متكافئ في السياق الاجتماعي، حيث يرون أنها أدت إلى زيادة التفاوتات الاجتماعية واتساع الفجوة بين الطبقات الاجتماعية وعدم المساواة بين الأفراد الذين يجيدون استخدامها وأولئك الذين يعانون من الأمية الرقمية ، مما جعل بعض قطاعات المجتمع على هامش التقدم التكنولوجي، ويرون أن الفجوة الرقمية هى مؤشر على زيادة الانقسامات الاجتماعية والاقتصادية و التعليمية، والتنموية، سواء كانت على أساس العرق، أو مستوى الدخل، أو الوضع الاجتماعي، أو التعليم والسن والعمل والمساواة بين الجنسين [30].

وطبقاً لهذا الرأي ، فقد أحدثت الثورة التكنولوجية نتائج سلبية كبيرة، لان الأمية الرقمية قد أثرت على انتماء وتواصل الشباب المحروم و فرصتهم للمشاركة في أسواق العمل على النحو الذى تتطلبه ضرورات العولمة، وبالتالى فان الفجوة الرقمية تضاف إلى مجموعة من الفجوات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، ومن ثم فإن التقنيات الموجودة قد أدت إلى تفاقم مشكلة عدم المساواة في الهياكل الاجتماعية والاقتصادية، وعززت التمايز الاجتماعي [31].

وبناء على ذلك، فهم يرون أن الإعلام الاجتماعي ليس أداة محايدة فى التغيير الاجتماعي، وإنما هو وسيلة تتشكل بشكل كبير فى السياق التاريخي والاجتماعي والثقافي ، ويقول كاستلز أن الانترنت قد زاد من التهميش الاجتماعي والاقتصادي، والسياسي لغير القادرين على استخدام وسائل الإعلام الجديدة ، حيث يستفيد الأشخاص الأكثر تعليماً على حساب الأقل

تعليماً بسبب الفجوة الرقمية، وبالتالى فان سد الفجوة الرقمية يعتمد على السياق الاجتماعي والسياسي والاقتصادي في كل بلد ، ويقول مع ذلك لا ينبغي الاستخفاف بإمكانات تكنولوجيات الإعلام فهى فرصة هامة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، وبالتالي فإن الأمر يستحق العمل على تعليم الأفراد الاستفادة من تلك الأدوات الجديدة في الاتجاه الذى يعزز الاندماج الاجتماعي [32].

ويرى المحللون أيضاً، انه على الرغم من أن الإعلام الاجتماعى يسمح بمساحة واسعة من حرية الرأى ، حيث يتبادل الفرد مع الآخرين المعلومة، والرأي، والفكر، ويعبر عن اتجاهاته وأفكاره وآرائه دون وجود أي ضوابط خارجية تمنعه، إلا أن الشخص نفسه قد يتعرض لبعض المعتقدات الفكرية الخاطئة ، لاسيما أن التشريعات والقوانين الخاصة بهذه المواقع مازالت غير متبلورة نظراً لصعوبة تطبيق الحظر والرقابة بشكل شامل عليها ، ويرى بعض الخبراء أن وسائل التواصل الاجتماعى أصبحت بديلاً للتفاعل الاجتماعى الصحى مع الرفاق والأقارب، مما يعنى تغيير في منظومة القيم الاجتماعية للأفراد حيث يعزز هذا الاستخدام المفرط القيم الفردية بدلا من القيم الاجتماعي [23].

وبلا شك، إن الاستخدام السلبى لوسائل التواصل يؤدى إلى آثار سلبية على المجتمع، ويؤثر في تكوين الشخصية الإنسانية والقيم الأخلاقية ، ففى دراسة أخرى استغرقت ثلاث سنوات ، وشملت 800 مراهق وأقاربهم، بتمويل من مؤسسة ماك ارثر بتكلفة 50 مليون دولار ، ووجد الفريق العلمى التابع لجامعة كاليفورنيا أن تصفح مواقع الشبكة يثير مراكز القرار والتفكير المعقد في المخ ، وقال العلماء في الدراسة التى نشروها بالمجلة الأمريكية للطب النفسى للمسنين عن مثل هذا النشاط قد يساعد على إبطاء التغيرات الجسمانية ذات العلاقة بالسن والتى تؤدى إلى التأثير على عمل المخ ، فمع التقدم في العمر يحصل عدد من التغيرات من بينها تضاؤل في نشاط الخلايا، الذى يمكن أن يؤثر بدوره على أداء الشخص [33].

وقد أظهرت دراسة متخصصة أخرى نشرت مؤخراً، عن تعرض ثلث المرهقين الذين يتصفحون الانترنت للتحرش الجنسى والمضايقات ، وكانت

الفتيات والمشاركون فى مواقع الشبكات الاجتماعيـة الأكثر استهدافاً ، وقالـت أن 32% من المراهقين الذين استطلعت آراؤهم إنهم تعرضوا لشكل واحد على الأقل مـن أشـكال هـذه المضـايقات ، وترتفـع هـذه النسـبة بـين الفتيـات المتصـفحات للانترنت إلى 38% و39 % ممن يسـتخدمون مواقـع التواصـل الاجتماعـى ، مثـل موقعى - ماى سبيس - والفيسبوك ، ووجدت دراسة علمية أخـرى أن 54% مـن المراهقين على شبكة ماى سبيس تطرقت أحاديثهم إلى مواضيع تعتـبر محظـورات اجتماعية ، كالجنس والكحول والعنف، وهو الأمر الذى أثار قلق العلـماء مـن أن تتحول هذه السلوكيات إلى أفعال ، وقامـت الدراسـة بـالاطلاع عـلى 500 صـفحة شخصية للمشتركين تحت سن 18 عاماً، تمثل كلا الجنسين، لتجد أن معظـم هـذه الصفحات احتوت عـلى سـلوكيات مريبـة، سـواء كـان ذلـك مـن خـلال أحاديـث الدردشة أو فى بعض الأحيان صور [34].

ولعل من أهم الآثار السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعـى تأثيرهـا على اللغة والثقافة العربية ، فقد حـذرت دراسـة أعـدها المركـز القـوى للبحـوث الجنائية بالقاهرة ، من ظهور لغة موازية يستخدمها الشـباب المصرى والعـربى فى محادثتاتهم عبر الانترنت ، تهدد مصـير اللغـة العربيـة فى الحيـاة اليوميـة لهـولاء الشباب وتلقى بظلال سلبية على ثقافـة وسـلوك الشـباب العـربى بشـكل العـام ، وركزت الدراسة على شريحة عشوائية من الشباب الـذين تـتراوح أعمارهـم 15 و 35 عاماً، ورصدت وجود تأثير للانترنت على مفردات اللغة المتداولة بـين الشـباب على موقع الانترنت باعتبارها وسيلة اتصال سريعة الإيقاع قـد واكبتهـا محـاولات لفرض عدد من المفردات السريعة والمختصرة للتعامل بين الشباب ، وعـلى سـبيل المثال يستخدم بعض الأفراد رموز وأرقام فبدلاً من حرف الحاء "7 "، والهمـزة "2" ، والعين "3" ، وكلمة الحوار تكتب "7" war ، وكلمة سعاد تكتب so3ad ، وكلمة you تكتب u ....الخ ، ويفسر المحللين والمختصـين الاجتماعيـين تلـك الظـاهرة بوجود شعور بالاغتراب لدى الشباب مما يدفعهم للتمرد على النظـام الاجتماعـى وتكوين عالمهم الخاص بعيداً عن قيود الآباء ويستخدمون هـذه اللغـة كقنـاع فى مواجهة الآخرين [35].

إن ثمـة العديـد مـن المشـاكل الأخـرى التـى تثيرهـا وسـائل التواصـل الاجتماعـى، ولا سـيما خطورتهـا عـلى وحـدة وتماسـك الأسرة ، حيـث تشـير

العديد من الدراسات إلى أنها قد تؤدى على حدوث نوع من الفتور الشديد بين الزوجين ، لأنها توجه الزوج نحو غرف المحادثة وتفضيله لها على التحدث مع زوجته بشكل أدى إلى حدوث حالة من الطلاق من نوع جديد تعرف باسم الطلاق العاطفي، وهذا النوع من الطلاق يحدث عندما يجلس الرجل على الفيسبوك ليلاحق المواقع وغرف الدردشة ويرد على الرسائل ، مما يؤدي في النهاية إلى حالة من الإدمان، وعدم الرغبة في التحدث مع الزوجة الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى الانفصال العاطفي بين الزوجين [36].

وقد أجرت جريدة الحياة اللندنية تحقيق صحفى حول تلك القضية ، حيث تحول العديد من المستخدمين إلى مدمنين لوسائل التواصل الاجتماعية بشكل متزايد، فالقهوة الصباحية لا تكتمل من دون تصفح موقع الفيسبوك والتنقل بين التويتر والفيسبوك وغيرها من الشبكات الاجتماعية، فيبدو أن هذه الظاهرة لن تحمل أي تأثير إيجابي على الحياة الزوجية تحديداً، بعدما أصبح كل فرد منعزلاً في عالمه الخاص، بعيداً عن الشريك، باحثاً عن تفاعل افتراضي مع أصدقاء معروفين أو غامضين، وإذا كان أحد الشريكين، من دون الآخر، مدمناً التواصل الاجتماعي، من دون تخصيص أي وقت لأسرته أو مشاركة ما يعيشه مع زوجته، فهنا تكون المشكلة الأكبر، إذ يشعر الطرف الثاني بالقلق والغيرة، ما يدفعه في أحيان كثيرة إلى دخول عالم الإنترنت للتجسس على الشريك فقط، بهدف معرفة الأشخاص الذين يتواصل معهم والمحادثات التي تجري بالخفاء، من خلال فتح حساب زائف ثم التواصل مع الزوج باسم مستعار، ثم الكشف عن الهوية، الأمر الذى ينتهى بالاتهامات المتبادلة بين الزوجين اللذين وصلا إلى حد الطلاق [37].

غير أن الاهتمام المفرط بمواقع التواصل الاجتماعي ليس حكراً على الرجال فقط، إذ قد يطاول النساء أيضاً، ما يؤثر في شكل جذري على علاقة المرأة بزوجها، وقد تصل العلاقة بين الزوجين إلى التدهور إلى حد أن الزوجين لا يعرف أحدهما عن الآخر إلا ما يكشفه عبر الشبكات الاجتماعية، فينتظران المستجدات وما يكتب كل منهما عما يشعر به أو يفكر به ليراه الأصدقاء كلهم، ما ينزع طابع الخصوصية والحميمية بينهما، ولم تعد مشكلة التعلق بشبكات التواصل الاجتماعي محدودة عددياً أو يمكن اعتبارها محصورة بأشخاص معينين،

بل أصبحت مشكلة اجتماعية تتطلب إيجاد حلول جذرية لمواجهتها، حيث يرى الخبراء والمتخصصين فى الشئون الاجتماعية أن حالات الانفصال الناتجة عن التعلق بوسائل التواصل الاجتماعى ترتفع يوماً بعد يوم، وغالباً ما لا يشعر الطرف المتعلق بالمواقع والشبكات أنه يهمل الشريك، إنما يجد تصرفاته طبيعية ولا تنم عن أي خطأ، لكن الشريك الآخر يعبر عن استيائه بسبب العزلة التي يعيشها، ما يؤدي إلى تناسي الكثير من الأمور الأخرى المطلوبة منه [38].

وعلى الرغم من أن بعض المستخدمين يقتنعون بأن التعارف من خلال هذه الوسائل قد يكون فعالاً في تكوين علاقات صداقة حقيقة بين الشباب، فقد قد أعرب البعض الأخر عن انطباعاتهم السيئة عن كل ما يدور في غرف الدردشة عن العلاقات الحميمة بين الرجل والمرأة ، ووصفوه بأنها مجرد وهم، لان هذا الحب الذي يبثه كل طرف للآخر ينتهي بانتهاء الجلسة ولا يستحق أن نطلق عليه هذا المصطلح الجميل، فالإغراءات التي توفرها هذه الغرف من الصعب مقاومتها، وهي أقصر الطرق لإنشاء علاقات بين الجنسين [39].

وخلاصة القول، أحدث الإعلام الاجتماعى تأثيراً إيجابياً على المستوى الاجتماعى والثقافى، حيث فتح آفاقاً واسعة فى مختلف الميادين التعليمية والترفيهية والرياضية والثقافية والتفاعل بين الثقافات المختلفة ، بل والتعرف على ثقافات جديدة، ولكن كان له العديد من الآثار السلبية أيضاً التى حذر منها بعض المتخصصين، لاسيما تأثيرها السلبى على الثقافات وعلى التجانس الاجتماعى، فعلى الرغم من فوائد الإعلام الاجتماعى إلا أن أخطاره وأضراره أيضاً هى على نفس المستوى، كوسيلة إعلامية مؤثرة تأثيراً بالغاً يزداد تأثيرها شيئاً فشياً، الأمر الذى يتطلب تكثيف الجهود البحثية والتعليمية من أجل الاستفادة من الفرص ومواجهة تلك التحديات.

هوامش الفصل الثانى:

(1) راجـع : وليـد رشـا ذكى : المجتمـع الافـتراضي - نحـو مقاربـة للمفهـوم" ، مجلـة الديمقراطية، القاهرة ، مركز الأهرام للدراسات الإستراتيجية ، إبريل 2009.

(3) انظر:

Danah Boyd :" None of This Is Real: Identity and Participation in Friendster" ,in , Joe Karaganis (ed): Structures of Participation in Digital Culture , New York : Social Science Research Council,2012,p. 132

(3) دوغلاس راشكوف :" من القرية العالمية إلى الجذور الشعبية :الإمكانات المدنية لوسائل الإعلام والرقمية" ،

http://iipdigital.usembassy.gov/st/arabic/publication/2011/10/20111006161418x0.305885.html#ixzz2qkOSkEJD

(4) د. سعيد عبد اللـه حارب المهيرى :" تأثير الإعلام على القيم الأخلاقية ، ورقـة بحثيـة في مؤتمر: الإعلام المعاصر بين حرية التعبير والإساءة إلى الدين، ص ص 136- 145

(5) راجع : موقع ايرو سبورت : " برشـلونة يتفـوق عـلى كـل أنديـة أوروبـا في صراع مواقـع التواصل الاجتماعية" ، موقع ايرو سبورت Euro Sport ،

http://arabia.eurosport.com

(6) نفس المرجع السابق

(7) Danah Boyd ,op.cit, p. 132

(8) Ideam

(9) انظر المرجع التالى:

Malin Fridolf and Alem Arnautovic : Social Media Marketing - A case study of Saab Automobile AB Malin Fridolf ,Master's Thesis, University West ,Department of Economics and Informatics ,Spring term 2011

(10) Ibid ,pp.26,27

(11) محمد المنصور : تـأثير شـبكات التواصـل الإجتماعـي عمـى جمهـور المتلقـين : دراسـة مقارنـة لمواقـع الإجتماعيـة والمواقـع الإلكترونية،رسـالة ماجسـتير،الأكاديمية العربيـة في الدانمارك،2012، ص ص 1- 10

(12) نفس المرجع السابق

(13) انظر : Danah Boyd ,op.cit, 132

(14) د. حمدى بشير محمد على : " الإعلام الاجتماعي والتحولات السياسية فى العالم العربى " ، مجلة سطور ، العدد الرابع عشر ، تونس ، يناير 2013 ، ص 30

(15) نفس المرجع السابق

(16) رشا مرتضى وفادى سالم :"أثر الإعلام الاجتماعـى عـلى الريـادة وفـرص العمـل : آفـاق جديدة لتمكين الشباب العربى اقتصاديا؟ ،دبى : كلبة دبى للإدارة الحكومية، برنامج الحوكمـة والابتكار، أكتوبر 2012 ، ص .26

(17) تقرير الاعلام الاجتماعى 2013، دبى : كلبـة دبى لـلإدارة الحكوميـة ، برنـامج الحوكمـة والابتكار، أكتوبر 2012 ، ص ص 1-10

(18) نفس المرجع السابق

(19) انظر :

23- Cittin Dewey :"'How The Middle East Uses Social Media, In Four Charts", Washington post,

http://www.washingtonpost.com/blogs/worldviews/wp/2012/12/19/how-the - middle-east-uses-social-media-in-four-charts/

(20) تقرير الاعلام الاجتماعى 2013، مرجع سبق ذكره ، ص2- 12

(21) جريدة الدستور :" الطلاق الالكترونى موضة طورتها التكنولوجيا "، 2013/4/17

(22) نفس المرجع السابق .

(23) محمد المنصور ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 1- 10

(24) د. حاتـم سـليم العلاونـة :" دور التواصـل الاجتماعـي في حفـز المـواطنين الأردنيـين للمشاركة في الحراك الجماهيري: "دراسة ميدانية على النقـابيين في إربـد "، ورقـة مقدمـة في المنتـدى السـنوي السـادس للجمعيـة السـعودية للإعـلام والاتصـال "الإعـلام الجديـد ..

التحديات النظرية والتطبيق15 – 16 إبريل 2012م "، (الرياض :جامعة الملك سعود ، إبريل 2012) ، ص ص . 3- 10

(25) لمزيد من التفصيل راجع :

David Kirkpatrick: The face book effect: The inside Story of the Company that is connecting the World, NewYork: Simon Schuster.2010.

(26)Sueila Pedroz,op.cit,pp.146

(27)Ibid,pp.148

(28)Ibid,pp.148

(29)Ideam

(30)Ideam

(31) د. حاتم سليم العلاونة ، مرجع سبق ذكره ، ص 2

(32) د. سعيد عبد الله حارب المهيرى ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 136- 145

(33) نفس المرجع السابق

(34) المرجع السابق ، ص 145

(35) جريدة الحياة: "حرب تجسس بين الأزواج تشعلها مواقع التواصل الاجتماعى ...." ، 2013/10/24.

(36) جريدة الدستور :" الطلاق الالكترونى موضة طورتها التكنولوجيا "، 2013/4/17

(37) نفس المرجع السابق

(38) نفس المرجع السابق

الفصل الثالث

الأبعاد الاقتصادية

الفصل الثالث

الأبعاد الاقتصادية

تناولنا فى الفصل السابق الأبعاد الاجتماعية والثقافية لظاهرة الإعلام الاجتماعى ، وسوف نعرض فى السطور التالية لآثارها من المنظور الاقتصادى، أى التركيز على دراسة المتغيرات الاقتصادية والتجارية الناتجة عن التطور فى مجال التواصل الاجتماعى، وأيضاً التعرف على الافاق والفرص والتحديات التى تواجه المجتمعات العربية على الصعيد الاقتصادى.

فلم يتوقف تأثير الاعلام الاجتماعى على المجالات الاجتماعية والثقافية فى العالم العربى فحسب، بل أمتد تأثيره إلى المجالات الاقتصادية والتجارية، فأصبحت وسائل التواصل الاشجتماعى منصات هامة وأساسية تستخدمها الشركات للتسويق لسلعها وخدماتها وللتواصل مع العملاء بشكل فعال وقليل التكلفة، حيث بدأت تبدي اهتماماً بالقدرات الكامنة التي يوفرها الاختراق المتزايد لهذه المواقع في المنطقة العربية لاستغلالها في التسويق الالكتروني، كذلك تستخدمها المنظمات الخيرية غيرالربحية للوصول إلى المستفيدين والمانحين،ومن ثم فقد ساهم انتشارها في إحداث تغيير اقتصادي وتجارى، في طريقة تسويق المنتجات وبيعها ، بل يتوقع أن التسويق الرقمي سوف يحل محل الدعاية التقليدية في المستقبل. [1]

ففى الماضى كانت الوسيلة الوحيدة للتواصل مع العملاء هي الإعلانات التقليدية في الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون ، وهذه الوسائل جميعها يصعب عليها الوصول إلى شريحة محددة من العملاء يتم استهدافها تحديداً برسائل شخصية موجهة لهم دون سواهم، ولكن مع ظهور أدوات التواصل الاجتماعي تغير ذلك بشكل جذري، حيث أصبحت هذه الأدوات تلعب دوراً رئيسياً في التأثير على سلوك العملاء [2].فلم يكن أمام المنظمات التجارية أي وسيلة لجذب انتباه العملاء إلا عن طريق الحملات الإعلانية ذات التكلفة الباهظة ، أما اليوم فقد جعلت وسائل التواصل المنظمات التجارية أكثر قدرة على إيصال رسائلهم إلى عملائهم المستهدفين بشكل محدد وأكبر قدر من الإنتشار وبتكلفة لا تذكر . [3]

فقد أدى الإنتشار الكبير للإنترنت في الدول المتقدمة إلى تحفيز عمليات تطوير المصادر الرقمية المختلفة مثل الهواتف الجوالة وشبكات التواصل الاجتماعي كالمدونات ومواقع الشبكات الاجتماعية ، فلم تعمل هذه الوسائل الجديدة على تغيير توقعات العملاء حيال شكل تفاعهلم مع الموقع أو المنظمة فقط ، ولكنها غيرت أيضاً من الكيفية التي تمارس فيها التسويق في الفضاء الالكتروني، لتستخدمها ضمن استراتيجيات التسويق التى تتضمن مجموعة من الأدوات يمكن استخدامها بمقادير مختلفة وبدرجات متباينة من الكثافة بهدف التواصل مع العملاء المستهدفين. (4)

ومع ظهور الإعلام الاجتماعي، أصبح لدينا مستهلك وسائل الاعلام الجديد، وبدأت تنتشر مجموعة متنوعة من المصادر الجديدة للمعلومات على الانترنت التى يستخدمها المستهلكين لتثقيف بعضهم البعض حول المنتجات، والعلامات التجارية، والخدمات، والقضايا التجارية ، فمهد الاعلام الاجتماعى الطريق للوصول إلى المستهلكين ، وأصبحت الشركات أكثر اعتماداً عليه بدرجة أكبر من وسائل الإعلام التقليدية لتحقيق التسويق التفاعلي والمباشر ، فأحدث توازناً داخل استراتيجيات التسويق ، فلم تغير هذه الاتجاهات الرقمية توقعات المستهلك فحسب بل غيرت من التفاعل التسويقى في الفضاء الرقمي، حيث يقوم المسوقين الرقميين Digital marketers بدورهم بالتسويق للمنتجات، ويجدون فى الإعلان عن السلع والخدمات عبر وسائل التواصل الاجتماعى وسيلة أكثر فعالية وأقل التكلفة.(5)

إن ثمة فائدة أخرى تحققها الشركات من خلال استخدامها وسائل التواصل الاجتماعى ، وهى الترويج للعلامة التجارية، فهى توفر طريقة فريدة وفعالة للدفاع عن العلامة التجارية للمؤسسة وسمعتها، وعلى سبيل المثال، يمكن للشركة مواجهة الشائعات الكاذبة عن منتجاتها وكل ما يمس سمعتها فى السوق عن طريق نشر تصريحات مضادة ، وبهذه الطريقة، يمكن أن تتجنب حملات التشويه التى قد تشنها الشركات المنافسة.(6)

فاليوم نجد أن العديد من حملات التسويق الاجتماعي فى العالم المتقدم تهدف إلى زيادة الوعي بالعلامة التجارية ، فمنصات وسائل الإعلام الاجتماعية تقدم وسائل لقياس مؤشرات الأداء الرئيسية ، فامكان الشركات أن تتبنى

استراتيجية لمتابعه طريقه المحافظة على عملائها وضمان ولائهم، من خلال تصميم برنامج للمسابقات والجوائز والهدايا ضمن خطه المسوقين ، بشكل يساعد على زياد الوعى بالعلامة التجارية.[7]

الاعلام الاجتماعى والتسويق التجارى :

إن التغيرات الاقتصادية التى أصبحنا نلمسها فى بيئة الأعمال بلا شك قد غيرت لدى العديد من المحللين والمسوقين وأرباب الاعمال بعض المفاهيم والاستراتيجيات التجارية، فقد ظهر ما يعرف بالتسويق الإجتماعى ، وهو نوع جديد من التسويق الإلكترونى، ويشير إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت بهدف التسويق أو البيع أو العلاقات العامة أو خدمة العملاء ، فالتسويق التجارى عبر وسائل التواصل الاجتماعي هو استخدام تلك التقنيات لإيصال العلامة التجارية ومنتجات المسوق وتحقيق أهدافه، فقد منح الاعلام الاجتماعى مستقبل الرسالة دوراً أكبر في العملية الاتصالية ، وقد أدى ذلك إلى تطور مفهوم مزيج الاتصال التسويقي بشكل تحول معه الإهتمام الأكبر في حملات الإتصال الجماهيري إلى أنشطة الإتصال ذات الطابع المباشر من خلال استخدام التسويق المباشر، حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي جزءاً أساسياً من المزيج التسويقي يتكامل دورها مع الأدوات التقليدية في مزيج الاتصال التسويقي بحيث أصبح بمقدور الشركات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تلك للتواصل مع عملائهم من خلال الفيسبوك وتويتر.

في الواقع بدأت إدارات التسويق في جميع أنحاء العالم دمج وسائل الإعلام الاجتماعية كجزء لا يتجزأ من استراتيجيات التسويق ، وقد توصلت إحدى الدراسات، التى ركزت على دراسة استخدام الشركات وسائل الاعلام الاجتماعية في استراتيجيتهم التسويقية، بعنوان:" دراسة التسويق عبر وسائل الاعلام الاجتماعية - دراسة حالة ساب للسيارات Saab Automobile AB Malin Fridolf ، إلى أن المنافسة أجبرت كل من المسوقين والشركات للحصول على طرق جديدة غير تقليدية للوصول إلى الأسواق والتواصل مع العملاء ، ومن ثم أصبح الاعلام الاجتماعي عاملاً رئيسياً في التأثير على سلوك المستهلك ، من خلال اتاحة المعلومات وعرض الآراء للتأثير على سلوك

المسـتهلك، وتوصـلت إلى أنـه يجـب عـلى الشركـات اسـتخدام وسـائل الاعـلام الاجتماعية في مجال الاتصالات التسـويقية لأنهـا تتـيح لهـم آفـاق وفـرص واعـدة للانتشـار فى الاسـواق، لأن هـذا التواصـل يسـاعد الشركـات عـلى التـأثير عـلى المستهلكين ويساعد أيضاً على تعزيز الهوية المؤسسية، وبناء الثقة فى الشركة [8].

إن السؤال الهام الذى يطرح نفسه الآن هو: لماذا تستخدام الشركات الإعـلام الاجتماعي؟ ، والاجابة ، إن استخدام الاعلام الاجتماعـي في التسـويق يتـيح اتجـاه ثنائى فى الاتصال التسـويقى، حيـث تـتمكن الشركـات مـن الاسـتماع إلى عملائهـا والرد على انتقاداتهم بطريقة سريعـة وسـهلة، و هـذا يمكـن أن يسـاعد أيضـاً في التأثير عـلى المسـتهلكين ، كـما أن اسـتخدام الإعـلام الاجتماعـي يمكـن أن يسـاعد الشركات على تعزيـز الهويـة المؤسسـية، وبنـاء الثقـة في الشركـة وكـذلك تكـوين علاقات مع العملاء الجدد ، كما يساعد الشركات فى أن تكون حاضرة فى السـوق الإلكترونى ، حيث المكان الذى يتواجد فيه الكثير من المستهلكين اليوم، لرصد كـل ما يقال عنها وعن منافسيها فى وسائل الاعلام الاجتماعية [9].

إن الاستراتيجيات التسويقية الحديثة والمتطـورة للشركـات تسـتخدم وسـائل الإعلام لنقل رسائل تجارية مصممة لتطوير مواقـف المسـتهلكين تجـاه العلامـات التجارية، وتهدف العديد من الرسـائل اليـوم إلى إثـارة الجماهـير، إمـا ذهنيـاً أو عاطفياً، فأصبحت وسائل الاعلام الاجتماعية عاملاً رئيسياً في التأثير عـلى مختلـف جوانب سلوك المستهلك من خـلال التوعيـة بالمعلومـات والآراء التـى تـؤثر عـلى سلوكه و قراره عند الشراء ، بعد أن كان المنظمون يلجأون إلى خيـارات متعـددة لجذب الانتباه، من خلال الإعلانات باهظة الثمن، ولكن الآن تغيرت القواعد على شبكة الإنترنت ، لأن التسويق على الشبكة العالمية هو تقديم المحتـوي المفيـد في اللحظة الدقيقة التي يحتاج إليها المشتري ، و أدركت المنظمات القواعد الجديـدة للتسويق و تطوير العلاقات العامة و العلاقـات المبـاشرة مـع المسـتهلكين ، ففـتح الإعلام الاجتماعى فرصة هائلـة للوصـول إلى العمـلاء مبـاشرة بتكلفـة لاتـذكر ولا تقارن بالميزانيات الضخمة التى كانت تمول لتسويق المنتجات فى السابق.[10]

لقد أجبرت المنافسة المسوقين والشركات ، على حد سواء ، فعلاً على البحث عن طرق جديدة غير تقليدية لتوصيل رسالتهم لجمهورهم، ووجدوا ذلك فى وسائل الاعلام الاجتماعية التى تسمح لهم بالدخول في الوقت المناسب والاتصال المباشر بالمستهلك النهائي بمستويات أكثر كفاءة من أدوات الاتصالات التقليدية ، وهذا جعل وسائل الاعلام الاجتماعية ذات أهمية بالغة ليس فقط بالنسبة للشركات الكبيرة المتعددة الجنسيات فحسب ، ولكن أيضاً للشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم، وبالتالى يتضح حجم استفادة الشركات من الوجود على مواقع الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك فى الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الناس ، ومن ثم تأثير وجودها وحضورها المتزايد على مواقع الشبكات الاجتماعية والاستفادة من الدور الفريد للاعلام الاجتماعى فى التواصل مع العملاء بسرعة . [(11)]

إن أهمية التسويق الإجتماعى للقطاع العام الحكومى لا تقل عن أهميته بالنسبة القطاع الخاص ، وكذلك لايقتصر دوره على القطاع السلعى فقط بل يمتد ليشمل القطاع الخدمى على حد سواء، فيمكن للمؤسسات الحكومية والخدمية الإستفادة منه فى تسويق خدماتها ، وخاصة الخدمات السياحية ، التى تحتاج إلى دعاية واسعة فى السوق الدولية ، فيمكن من خلال استخدام تلك التطبيقات الجديدة نتشر المحتوى الموجه للشريحة المهتمة بالسفر والسياحة، والترويج للموقع السياحية فى الدول العربية ، ولذلك يجب تطوير وإعداد مختصين بإدارة المحتوى الالكتروني في شبكات التواصل الاجتماعي في قطاع السياحة والضيافة، واستثمار الإعلام الاجتماعي في تسويق السياحة، ووضع الخطط التسويقية الواضحة المعالم والموجهة عبر الشبكات الاجتماعية، فحجم المستخدمين للتقنيات الحديثة وخدمات التواصل الحديثة يغري الجهات والمنظمات السياحة بنشر خدماتها لهم، فالعملاء المستهدفون عالمياً يتضاعفون بشكل مطرد ، وبالتالى يجب استهداف عملاء شبكات التواصل الاجتماعي من قبل مزودي خدمات الضيافة كالفنادق والرحلات السياحة وشركات الطيران، فمن خلال الإعلام الإجتماعى يمكن التعرف على معظم مواقع السياحة العالمية من خلال متابعة الصور ومقاطع الفيديو، وتبادل المعلومات والمناقشات مع الأصدقاء والتعرف على عادات وتقاليد البلد المستهدف للسياحة.

ولكن كيف يمكن للشركات تحقيق الاستفادة القصوى من الإعلام الاجتماعى إذا كانت لا تتحكم مباشرة فى اتجاه الرسائل ، من وإلى المستهلك، والتأثير على محادثات المستهلكين مع بعضها البعض؟؟، فعلى الرغم من إعترف العديد من المحللين الاقتصاديين بالتحديات التى تواجه عملية التسويق الاجتماعى، مثل عدم استعداد بعض الشركات للمجازفة والخروج بأفكار جديدة، وصعوبة الإنخراط بنشاط يستهدف عملائها فى السوق العالمى من خلال الإعلام الاجتماعي في الوقت الراهن ، إلا أنهم يقدمون نصائح هامة للشركات فى هذا الصدد حتى تتمكن الشركات من التوسع فى السوق والحصول على أعلى حصة سوقية ، ومن أهمها أنه يجب صياغة المحتوى بطريقة مختلفة عن الصفحة الالكترونية ، و أن يكون قصيراً، وينبغى على الشركة ألا تقول كل شيء دفعة واحدة، ويجب أن تنظم توقيت تعليقاتها على مدار يوم أو أسبوع، مع التركيز على رسالة رئيسية لكل تعليق تنشره، وتكون الأكثر احتمالاً للقراءة من جانب العملاء ، وأن تكون الرسائل قصيرة وهادفة بدلاً من الرسائل الطويلة غير المترابطة ، ويجب أن تكون الشركة مميزة من خلال نشر محتوى يجذب الأنظار في الوقت المناسب، وأن تستخدم الصور ومقاطع أفلام الفيديو كلما أمكن ذلك، وأن تحافظ على نشر الرسائل دائماً بانتظام، فالمحافظة على التجديد في أذهان العملاء سوف يزيد من فرص زيارتهم لمتجر الشركة، وشراء منتجاتها.[12]

ويجب أن يكون لدى المسوقين رؤية واضحة عن أسلوب تسويق علاماتهم التجارية وتحديد موقعها في السوق ، ولذلك ينبغي أن تتناسب استراتيجية وسائل الاعلام الاجتماعية مع هوية العلامة التجارية وطبيعتها [13].

ومن المهم دمج الإعلام الاجتماعي في استراتيجيات الاتصالات التسويقية للشركة، على الصعيد المحلى والعالمي، فسوف يفيد ذلك فى التعريف بهوية العلامة التجارية، ويمكن دعوة الجمهور للتفاعل من خلال مختلف منصات الإعلام الاجتماعى المختلفة بسهولة ، ويجب نقل رسالة متسقة و التعبير عنها بطرق مختلفة لمختلف الأشخاص الذين يستخدمون هذه المواقع، وبذلك يمكن أن تحقق الشركة أكبر الانجازات فى التواصل مع العاملين في الشركة ومع عملائها.[14].

وعلى سبيل المثال تستخدم بعض الشركات موقع تويتر كموقع مناسب لنشر الأخبار أمام الصحفيين، ولينكدان لمندوبي المبيعات ، ومن ثم توظف استراتيجيات تشمل الاستجابة السريعة والرد على الشائعات والتصورات السلبية لدى العمـلاء، سواء كانوا عملاء فعليين أو محتملين، أومسـاهمين، أومسـتثمرين، كـما تسـتخدم إدارات الموارد البشرية بشكل متزايد وسائل الاعلام الاجتماعية - وخاصة لينكدإن والفيسبوك - لجمع المعلومات عند اتخاذ قرارات التوظيف و الترقية ، وتسـتخدم الشركات أيضاً تـويتر لخدمـة العمـلاء والإعـلان عـن المسـابقات لتشـجيع أعضـاء الموقع للتعامـل مـع منتجـات أو خـدمات الشركـة، وترقيـة المحتـوى المقـدم مـن المستخدمين ، تقوم الشركات أيضاً بـإشراك العمـلاء عـلى منصـات وسـائل الإعـلام الاجتماعية بتشجيعهم بالحوافز والجوائز .

فيجب على المسـوقين أن يسـتخدموا اسـتراتيجيات وتكتيكـات مبتكـرة عـبر الإعلام الاجتماعي تختلف عن تلك التـى يسـتخدمونها فى اسـتراتيجيات التسـويق التقليديـة ، فعنـدما يتعلـق الأمـر بالرصـد يسـتخدمون أدوات الرصـد المختلفـة للاستماع الى ما يقال عن شركتهم،و يراقبون نشاط الصناعة، والأعمال المتخصصـة، والمنافسـين ، وكيـف تعمـل الشركـات الاخـرى في السـوق ، وعنـدما تجـد بعـض الشركات صعوبة في السيطرة على رسائل وسائل الاعـلام الاجتماعـي بـين العمـلاء، بطبيعـة الحـال لعـدم قـدرتها عـلى السـيطرةعلى كـل المناقشـات والمحادثـات، و بالطبع صعوبة التعرف على كيف يفكـر العمـلاء عـن المـواد التـي يـتم نشرهـا ، فيجب لتكون قادرة على التأثير على الاراء حول منتجاتهـا فى السـوق ، أن تراقـب الفيسـبوك، يوتيـوب، تـويتر وغيرهـا مـن المواقـع باسـتخدام الأدوات المتـوفرة في المنصـات ، وبالتـالي تتلقـى التعليقـات السـيئة مـن قبـل العمـلاء وتـرد عليهـا، وتسـتخدم أدوات قيـاس أكـثر فعاليـة فى الرصـد المسـتمر للأنمـاط والاتجاهـات المختلفة على منصات وسائل الإعلام الاجتماعية ، فهى على عكس وسـائل الإعـلام التقليدية التي تمثل في اتجاه واحد ، تقدم فرصة للتفاعـل فى اتجـاه أفقـى وثنـائى مباشرة مع منشئي أو واضعي المعلومات المعروضة.[15]

ولـذلك تتطلـب المحادثـة عـبر وسـائل التواصـل الاجتماعـى مـنهج جديـد ومجموعـة مهـارات جديـدة ، حيـث يـرى هارفـارد بيـزنس ريفيـو، إن المحادثـة الجديدة عبر وسائل الاعلام الاجتماعية مع العميل تجذب العملاء و تخلق شـبكة

اجتماعيـة تختلـف تماماً عـن الإعلانـات، ومـن ثـم يجـب عـلى الشركـات تغيـير استراتيجياتهم التسويقية التقليدية ، لتطوير وتعميق العلاقة بين الشركة والعملاء ، من خلال التفاعل معهم على مواقع الشبكات الاجتماعية، وبالتالى سوف تخلق المحادثات عـبر الشـبكات الاجتماعيـة نـوع جديـد مـن الجمهـور وتخلـق علاقـة حميمـة مـع العميـل كـان مـن المسـتحيل الوصـول إليهـا بأسـاليب التسـويق التقليدية.[16]

وهكذا، تقدم الشبكات الاجتماعية فرصة للشركات لتقديم وجهـا إنسـانياً و متحـدثاً باسـمها ، حيـث تسـتطيع الشركـات رصـد التصـور العـام عـن علامتهـا التجارية، والمنتجات، والخدمات في الوقت الحقيقي، ويشـعر متابعيهـا وعملائهـا الجدد بالترحاب من خلال اعـتماد لهجـة وديـة وغـير رسـمية، و يشـعرون بـأنهم مميزون من خلال تقديم عروض ترويجية حصرية لهم على الإنترنت، وكلما بـدت الشركة قريبة من العملاء وتركز اهتماماً أكبر عليهم ازداد احتمال محافظتها عـلى قاعدة عملائها وتوسعها، ولذلك يجب على الشركة أن تقـاوم إغـراء التحـدث عـن نفسها فقط ، وأن تفكر في انطباع تريد أن تتركه لـدى العميـل، وأن تحـافظ عـلى اهتمام متابعي رسائلها من خلال نشر الروابط، والمحتويات الأخـرى التـي تعتقـد بأنهم سيجدونها مثيرة للاهـتمام ، ويجـب أن تشـجع التفاعـل عـن طريـق طـرح الأسئلة وتنظـيم المسـابقات، وإشراك العمـلاء في حـوار حـول الشركـة ومنتجاتهـا، والاسـتماع إلى مـا يقولونـه، والحصـول عـلى تعليقـاتهم، والإجابـة عـلى الرسـائل والتعليقـات دون الخـوف مـن الانتقـادات، بـل الاعـتراف بهـا واتخـاذ الخطـوات لمعالجتها ، فإذا كانت تمتلك مطعماً، على سبيل المثال، يجب أن تحـاول أن تسـأل متابعي رسائلها أن يختاروا بنداً جديداً في قائمة الطعام، وإذا كانت تبيـع معـدات رياضية، فيجب أن تنشر مثلاً أحدث النقاط التي سجلتها الفرق الرياضية وتـدعو متابعيها إلى نشر صور وتعليقات حول أحداث رياضـية محليـة، وإذا كانـت تبيـع معدات المطابخ، تطلب من متابعيها نشر وصفات الأطعمة المفضلة لديهم.[17]

ومن ثم يمكن من خلال الإعلام الاجتماعـى بنـاء علاقـات طويلـة الأمـد مـع العملاء وخلق الثقة بين البائع والمشـتري بحيـث يتطـور هـذا الـولاء ، فإسـتخدام الإعلام الاجتماعي بطريقـة احترافيـة فى التسـويق ليشـمل نـدوات الفيـديو التـي

يمكن أن توفر للمسوقين تطبيقات تتفق أكثر مع الطبيعة الاجتماعية لعلاقة البيع، يتيح أفضل الفرص لبناء قاعدة بيانات للعملاء المحتملين و التعرف على التركيبة السكانية لهم.[18]

وقد نجحت بعض الشركات بالفعل فى استخدام الإعلام الاجتماعى باحترافية وبفاعلية ، والامثلة على ذلك عديدة ، لاسيما مع بروز بعض نجوم كرة القدم بمبادرة فردية على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على عقود أكبر على الصعيد التسويقي، ومثال ذلك قيام شركة نايكي المتخصصة بصناعة التجهيزات الرياضية، بالاستعانة بمهاجم برشلونة نيمار، النجم البرازيلي على موقع إنستاغرام من خلال نشر صوره يومياً وهو يستخدم أحذية وملابس الشركة الأميركية الشهيرة، وهى إضافة إيجابية لها في مجال التسويق، وخصوصاً أن متابعي نيمار على الموقع المذكور يزداد عددهم باطراد، إذ وصلوا أخيراً الى 3.3 ملايين شخص، وبالتالى أصبح التسويق الاجتماعى من خلال النجوم عبر وسائل الاعلام الاجتماعى هو أحدث أدوات التسويق، وعلى سبيل المثال أيضاً، بدأت جامعات كثيرة تدرس انعكاس احتراف الياباني هيديتوتشي ناكاتا والكوري الجنوبي بارك جي سونج في إيطاليا وإنجلترا فى عمليات التسويق، اللذين يحظيان بشعبية جارفة في بلديهما، واليوم، تسعى بعض الشركات إلى الاستفادة إلى أبعد الحدود من قدرات نجومها في التأثير على المجتمع بعيداً عن أرض الملعب، فقد باتت مواقع التواصل الاجتماعي الآن بمثابة الساعد الأيمن الذي يدير عجلة الأرباح بشكل أكبر.[19]

أهم التجارب الدولية والعربية:

يرى خبراء التسويق أن وسائل الإعلام الاجتماعي تستخدم من قبل المؤسسات والشركات والهيئات في المنطقة العربية بشكل واسع النطاقٍ على نحو متزايد وبسرعة كبيرة، وخاصة الفيسبوك Facebook، ولينكد إن LinkedIn، وتويتر Twitter ، وتستخدم بشكل متزايد فى خدمة العملاء والتسويق في شركات ومؤسسات المنطقة، ووفق التقارير الصادرة عن المؤسسات البحثية العالمية التى تركز نشاطها البحثى حول الاعلام الاجتماعى ودوره فى التسويق التجارى، ترى مؤسسة هرميون واي انه بإمكان كل شركة أن تزيد من إيراداتها من خلال استخدام وسائل الإعلام الإجتماعي المبتكرة في

التسويق والترويج، وبما أن معظم تلك الوسائل يمكن استخدامها مجاناً، لذا فإن الشركات بحاجة إلى إدراك حقيقة أنهم لابد أن يقوموا باستثمار بعض مما يقضونه من أوقات للاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي ، فهذه الأدوات تتيح للعملاء إمكانية التفاعل مع المنظمات التجارية بدلاً من أن يكونوا مجرد هدف لوسائل أحادية الاتجاه من تلك المنظمات،كما أنها تتيح للمنظمات إمكانية فتح قنوات إتصال مع العملاء والتواصل معهم بشكل تحاوري.[20]

وعلى الصعيد الدولى ، هناك العديد من الأمثلة والتجارب التى تكشف عن الشعبية المتنامية لشبكات التواصل الاجتماعي في العالم من خلال إتاحة المزيد من الفرص غير المسبوقة لإيصال الرسائل التسويقية إلى العملاء المستهدفين بشكل مباشر، وعلى سبيل المثال يتابع عملاء شركة ديل Dell، الذين بلغوا حوالي 1.600 مليون شخص ، صفحتها على تويتر ، حيث تعرض تخفيضات مجزية للعملاء، و تفعل الشيء ذاته أيضاً عبر صفحتها على الفيسبوك، و تستغل تواجدها على تويتر وفيسبوك للتفاعل مع العملاء والإجابة على أسئلتهم وحل مشاكلهم وجمع أكبر قدر ممكن من الأفكار والمقترحات التي يدلى بها العملاء ، وذلك بغرض تطوير المنتجات أو الخدمات المقدمة إلى العملاء، وقد تمكنت من إستقطاب أشخاص كثيرين من كل وسيلة ، بينما أتاحت شركة IBM لموظفيها الذين يمتلكون خبرة ومهارة عالية أن يقوموا بعرض تلك المهارات والخبرات عبر مدوناتهم التي تحمل كم كبير من المعلومات عن الشركة وأنشطتها ، فضلا عن تواجد الشركة بشكل مكثف على تويتر وفيسبوك ، وذلك لتحقيق أغراض متعددة منها على سبيل المثال صفحتها على تويتر لخدمات أي بي أم التعليمية ibmedassistant@ وهو عبارة عن مجموعة من نماذج الوسائط المتعددة التعليمية المصممة لمساعدة العملاء على فهم منتجات وبرامج الشركة ، فى حين نجد أن شركة مثل إيكيا IKEA تقوم من خلال موقعها على الفيسبوك بعرض المنتجات الجديدة لعرضها على العملاء باستخدام خاصية مشاركة الصور "Tagging" وتحديد المنتج في الصورة ووضع أسمهم عليه، وأول شخص يصنع أسمه على أحد المنتجات يحصل عليه مجاناً، وقد جذبت هذه الطريقة المبتكرة في التسويق آلاف المستخدمين إلى صفحة الشركة على الفيسبوك، وبشكل مختلف أرسلت الإدارة القانونية بشركة فورد Ford رسائل لتصيح بعض المعلومات التى تم تحريفها وإساءة تأويلها بشكل

أثار استياء العملاء، وكان من الممكن أن تتسبب الحادثة في الإساءة إلى سمعتها لولا الانتباه وتصحيح مثل هذه المعلومة والشائعات عبر وسائل الاعلام الاجتماعي.[21]

وعلى صعيد العالم العربي ، كشف استبيان قامت به شركتي الأبحاث إيفيكتيف ميجر **Effective Measure** و سبوت أون للعلاقات العامة **Spot On Public Relations** أن هناك ثلاثة فقط من أصل عشرة مستخدمين في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا يقومون بشراء المنتجات والخدمات على شبكة الإنترنت،وقد شمل هذا الاستبيان حوالي 7000 مستخدماً للانترنت عبر منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ، وكشف أن دول الخليج العربي قد اتخذت موقع الصدارة حيث يقوم 43% من مستخدمي الإنترنت بشراء المنتجات والخدمات على الشبكة، بينما كانت المنطقة بأكملها متأخرة مقارنة بالأسواق الأخرى بالنسبة للتسوق على الشبكة، وعلى الأخص عند مقارنتها مع الأسواق المتطورة مثل المملكة المتحدة حيث شكل مستخدمي الإنترنت الذين يقومون بالتسوق على الشبكة 62% من إجمالي المستخدمين، ويقول نائب رئيس القسم الرقمي في شركة إيفيكتيف ميجر، بريندون أوغيلفي :" من دون شك هناك إمكانية نمو هائلة في قطاع التجزئة على الشبكة في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ، وهناك أيضاً فرصة كبيرة للتسويق الذي يستهدف الفئة التي تقوم بالشراء على الشبكة "، وبالرغم من حقيقة انخفاض المستوى العام لعملية التسوق على الشبكة، والتي وصلت نسبته إلى 32% من مستخدمي الإنترنت، فإن هذه النسبة ماتزال تشكل سوقاً يزيد على 20 مليون من المتسوقين على الشبكة في العالم العربي.[22]

وقد أظهر الاستبيان وجود العديد من أوجه التشابه بين عادات الإناث والذكور الذين يقومون بالتسوق على الشبكة، تبين أن المتسوقات من الإناث كن الأكثر قابلية لشراء الملابس والإكسسوارات، بينما كان الذكور هم الأكثر قابلية لشراء الإلكترونيات، وعموماً، كان الرجال هم الأكثر قابلية للشراء على الشبكة حيث كان أولئك الذين تبلغ أعمارهم بين 30-50 هم المتسوقين الأكثر نشاطاً، وفي دول الخليج العربي تضمنت أكثر المشتريات التي تمت خلال الأشهر يونيو ويوليو وأغسطس 2010 تذاكر السفر بنسبة (31%) وحجوزات

الفنادق والخدمات السياحية بنسبة (15%) والكتب بنسبة (15%) وبرمجيات الحواسب بنسبة (14%) والملابس والملحقات والعروض بنسبة (12%)، وقام 8% من الأشخاص الذين استجابوا للاستبيان بشراء المنتجات المتعلقة بالموسيقى والأغاني، بينما اشترى 10% مقاطع الفيديو المصورة وأقراص الدي في دي والألعاب.[23]

ويقول المدير العام لشركة سبوت أون للعلاقات العامة كارينغتون مالين: " ليس من الغريب أن يكون في دول الخليج أكثر سوق تجاري متطور "، ولكن يبين الاستبيان أن على المسوقين أن يكونوا على دراية ومعرفة لتفاصيل عادات التسوق على الشبكة في المنطقة، حيث أظهر الاستبيان أن أربعة من أصل عشرة مستخدمين للإنترنت يقومون بالشراء على الشبكة على الأقل مرة بالشهر، وكان هناك فقط إثنين من أصل عشرة مستخدمين للإنترنت يقومون بالشراء على الشبكة في دول شرق المتوسط وشمال أفريقيا.

وقد أظهرت دراسة حديثة أجراها برنامج الحوكمة والابتكار في كلية دبي للإدارة الحكومية، أن الإعلام الاجتماعي يمتلك قدرة كبيرة على القيام بدور مهم في تعزيز قاعدة المواهب، وتوسيع نطاق فرص العمل، ودعم ريادة الأعمال في العالم العربي، وتم جمع بيانات الدراسة، التي بحثت في تأثير الاعلام الاجتماعي في تعزيز التقدم الاجتماعي وخلق فرص العمل ونمو الأعمال في المنطقة العربية، عبر استطلاع للرأي شمل نحو 5000 مشارك من البحرين، والكويت، والمملكة العربية السعودية، والإمارات العربية المتحدة، ولبنان، وعمان، ومصر، والأردن.

ووجدت الدراسة أن الإعلام الاجتماعية يمكن أن يكون له تأثير كبير على خلق فرص العمل وتوفير الوظائف، وأعرب ما يقرب من 80 % من المستطلعين أن التكنولوجيا يمكن أن تساعد على توفير الوصول إلى البيانات الهامة لسوق العمل، وبالإضافة إلى 76 % ممن يرون أن قنوات التواصل الاجتماعي مفيدة في بناء شراكات وفرص العمل، أعرب 75 % منهم أنها تمثل قناة حيوية نحو سوق عمل افتراضية جديدة، وفي الوقت نفسه، قال 71 % من المشاركين في الاستطلاع أنهم سوف يعتمدون على وسائل الاعلام الاجتماعية للعثور على وظائفهم المقبلة، وأعربوا عن تأثير الاعلام الاجتماعي الإيجابي في

سوق العمل، حيث أعرب 86 % منهم أنه عـزز التواصـل والتعـاون بـين الجهـات المختلفة، في حين أكد 85 % قدرته عـلى التواصـل مـع العمـلاء، وقـال 85 % أنـه ساهم في تحفيز الابتكار، وعلاوة على ذلـك، رأى 78 % أن ميـزات التواصـل التـي يوفرها الإعلام الاجتماعي يمكن أن تعزز بشكل ملحوظ من مستويات الثقـة بـين القـوى العاملـة، وعـلاوة عـلى ذلـك فقـد أكـدت الدراسـة عـلى أهميـة الإعـلام الاجتماعي كأداة أساسية للشركات الناشئة في العالم العربي، حيث أعرب 86%مـن المستطلعين أنه يساهم بفعالية في نجاح الأعمال، ومن بين الأسباب التي ذكروهـا في هـذا المجـال، الإمكانـات التسـويقية المتعـددة للإعـلام الاجتماعيـة (90 %)، والقدرة على الاستفادة مـن الأسـواق الأوسـع نطاقـاً (86 %)، وخيـارات مشـاركة العملاء(85 %)، وإمكاناته لرفع مستوى الوعي العام وغرس ثقافة ريادة الأعـمال (84 %)، بل وافق 81 % من المشاركين في الاستطلاع عـلى أن السياسـات الوطنيـة والمبـادئ التوجيهيـة سـوف تسـاعد في تحسـين اسـتخدام الاعـلام الاجتماعـي في العمل، وتعزيز فرص إنشاء المشاريع.[24]

وبحسب مؤسسة "سوشيال بيكر،التـى تصـدر تقريـراً عـن نشـاط الشركـات التى تضع صفحات التواصل الاجتماعى على رأس قائمـة نشـاط العلاقـات العامـة كوسيلة للترويج لمنتجاتها، والتواصل مع عملائها ، خاصة فى ظل اعـتماد الكثـيرين عليها للاطلاع على آخر الأخبار فى كافـة المجـالات والتكنولوچيـا، فقـد اسـتطاعت العديد من الشركات جذب أكبر عدد من المعجبين بها، من خلال تفاعلها الايجـابى مـع العمـلاء ، وعـلى سـبيل بلـغ عـدد المعجبـين فى عـام 2013 لشركـة فودافـون 4319566، ولشركة موبينيل 3134873، وذلك كما يتضح من الجدول التالى ، مـما يؤكـد أن اتجـاه الشركـات فى السـوق المصرى إلى اسـتخدام وسـائل التواصـل الاجتماعى له مردود ايجابى فى جذب العملاء والتسويق للعملاء التجارية بطريقة أسرع وأقل تكلفة .[25]

جدول عدد المعجبين بمنتجات الشركات 2013

الشركة	عدد المعجبين
سامسونج مصر	4756369
فودافون	4319566
موبينيل	3134873
بيبسى	2905788
نوكيا مصر	2899441
سامسونج موبيل	2495914
تي داتا	2445470
المراعى	2104673
نسكافيه مصر	1623285
شيبسى مصر	1597393
كوكاكولا	1440509
انتل	1423440
بي ام دبليو /مصر	1250789
كياموتورز	1206250
up7/ سفن اب مصر	1117166
اندومى مصر	1003708
يونى موبيل	958098
كوك دور	932481
نيسان	740138
هارديز ارابيا	736331
ليبتون	733945
بيتزاهت	732919
تويتا مصر	660567

المصدر : شركة سوشيال بيكر الأمريكية.

وبالرغم من تلك الملاحظات السابقة ، فمن الأهمية بمكان هنا أن نذكر أهم الأمثلة لتواجد الشركات العربية على الشبكات الاجتماعية ، مثل شركة

الاتصالات السعودية التى لديها تواجد جيد على تويتر وعلى فيسبوك، فبالإضافة إلى موقع الشركة على الشبكة العنكبوتية ، يقوم كل واحد من هذه الأدوات بالترويج والتعريف بالاخر، فعلى تويتر يقوم موظفوا الشركة بالرد على استفسارات وملاحظات العملاء وتلقى الشكاوى ومحاولة حلها إما فوراً أو بوعد العميل بأن الموظف المختص سوف يتصل به، وتقوم الشركة عبر تويتر بطرح عروضها المختلفة ونشر أخر أخبارها، ويوجد لدى الشركة حتى 7 سبتمبر 2011م حوالي 37314 مشارك وهو عدد قليل مقارنة بالعدد الضخم لمشتركي الشركة ، وتستخدم الشركة موقعها على الفيسبوك للعديد من الأغراض مثل التعريف بالشركة ومنتجاتها ومحاولة التقرب لجيل الشباب عبر صفحة تسمى STC Sport تركز فيها على أخبار المنتخب السعودي وبعض الأخبار الرياضية عن الأندية السعودية بشكل يبدو عليه الحذر من أظهار أي ميول لفريق على أخر، وقد جاء تواجد الشركة بعد ظهور العديد من المجموعات على الفيسبوك التي تهاجم وتشكو من سوء خدماتها وهي بذلك تحاول تصحيح بعض المفاهيم السلبية عن الشركة وتحسين سمعتها.[26]

وقد حققت زين السعودية تفاعلاً واسعاً من خلال حساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك و تويتر وإنستغرام وجوجل بلس ، حيث عملت الشركة على تطوير صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمنصاتها المختلفة بهدف خدمة المشتركين والتواصل معهم بشكل مباشر وتزويدهم بأحدث العروض وآخر مستجدات التقنية، إلى جانب سعيها إلى التواجد الفعال في جميع تطبيقات وقنوات التواصل الاجتماعي الأكثر تفاعلاً ورواجاً على مستوى العالم ، وشهدت حسابات "زين" نمواً في عدد المتابعين على موقعي الفيسبوك بنسبة 89% وتويتر بنسبة 437% ، فيما قارب مجموع متابعي الشركة عبر جميع القنوات التواصلية أكثر من مليون متابع، وتجاوز عدد المشاهدات على قناة الشركة في يوتيوب أكثر من مليوني مشاهدة ، وحصلت على جائزة أفضل تصميم تطبيقات على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في قطاع الاتصالات في الوطن العربي،حيث تقوم الشركة باعداد المسابقات والفعاليات التفاعلية المختلفة عبر حسابتها الاجتماعية، مثل مسابقة التصوير(عالمي الجميل) والتي أقيمت بالتعاون مع مجموعة (قمرة)، بالإضافة إلى مسابقة التصوير الرمضانية، ومسابقات عيدي الفطر والأضحى واليوم الوطني للمملكة، كما شهدت تلك

المواقع نقلة نوعية من حيث المضمون والمحتوى والذي تنوع بين الملخصات وآخر المستجدات التقنية، والرسائل التوعوية ورسائل المسؤولية الاجتماعية، شاركت الشركة خلال 2013 في العديد من الأحداث والفعاليات التي تعنى بالإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي، كان من ضمنها مشاركتها كشريك التواصل الاجتماعي لفعاليات ملتقى (عرب نت) للعام الثاني على التوالي، وذلك كجزء من استراتجيتها الدائمة في تفعيل دورها في وسائل التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت في ظل الاهتمام المتزايد الذي تشهده تلك الوسائل على المستوى الجماهيري.[27]

بينما نجد ان شركة موبايلي المنافس الرئيسي لشركة الاتصالات السعودية لديها أيضاً تواجد على كل من تويتر والفيسبوك ، وهي متواجدة على الفيسبوك بأكثر من صفحة، واحدة منها عبارة عن صفحة إعجاب باسم Mobily - Twitter تم ربطها بحساب الشركة على تويتر بحيث تنشر عليها أوتوماتيكيا كل ما يتم نشره على حساب الشركة وبالمثل توظف شركة فودافون المصرية أيضاً شبكات التواصل الاجتماعي بشكل جيد سواء على تويتر أو الفيسبوك أو يوتيوب، وقد تعرضت الشركة لتجربة غير سارة مع تويتر حين عرضت الشركة إعلان " شكراً " الذى أثار غضب النشطاء على تويتر والذين قاموا بعمل "هاش تاج" بعنوان فودافون شكراً، وذلك للسخرية والتنديد بقيام الشركة بقطع الإتصالات على المواطنين خلال أيام الثورة ، وفى الواقع كان تعامل الشركة مع الحملة سلبياً ولم تبذل أي جهد للتعليق على تلك الحملة عبر حسابها على تويتر.[28]

الإعلام الاجتماعي والتحديات الاقتصادية فى بيئة الاعمال:

على الرغم من الصورة المشرقة التى ترسم الافاق والفرص الواعدة التى تتيحها وسائل التواصل الاجتماعى للشركات ومنظمات الاعمال ، إلا أن هذه الصورة يشوبها العديد من التحديات، فمن المهم أن نفهم الجانب السلبي لاستخدام وسائل الاعلام الاجتماعية ، لأن هناك بعض التحديات والمخاطر الاقتصادية لذلك النوع الجديد من الاعلام على بيئة الاعمال ، لا يمكن تجاهلها أو إغفالها هنا ، لا سيما مخاطر الخصوصية والأمن، والملكية الفكرية، والمخاطر القانونية الأخرى، حيث حذر بعض الاقتصاديين من المخاطرها السلبية نظراً

لعدم القدرة على السيطرة على الرسالة والتعليق عليها ، عندما يقوم شخص مـثلاً بالتعليق بالسخرية، كما أن العملاء سوف يهتمون بمصداقية المعلومات، وسيكون رد فعلهم سلبى على الرسائل التي تنتهك التقاليد الاجتماعية الجوهريـة، كـما أن المواقع الوهمية هى مثال آخر لسوء استخدام الإعلام الاجتماعـي التـى يمكـن أن تثير غضب المستهلكين وتضر بالعلامات التجاريـة،الأمر الـذى يجعـل مـن مواقـع الشبكات الاجتماعية أمراً محفوفاً بالمخاطر.[(29)]

ومن ثم يجب أن تتعامل الشركات بحذر مع مثل هذه المخاطر ، من خـلال إدارة المخاطر و الحصول على معلومات استباقية عنهـا ، حيـث تسـتهدف بعـض الهجمات استخدام البرمجيات الخبيثة لـلاضرار بمصـالح الشركـات ، و يجـب عـلى المديرين التنفيذيين ومديري تكنولوجيا المعلومات أن يكونوا أكثر انتباهـاً باتخـاذ القرارات السريعة المستندة إلى إدارة المخـاطر ، ويـوصى الخـبراء فى ذلـك بضرورة تبنى سياسات السلامة على الإنترنت ، حيث تزداد المخاطر كلما أصـبحت وسـائل الإعلام الاجتماعية متاحة بشكل أكثر للموظفين.[(30)]

فمن المعلوم ، أن الشركات التى تعتمد على هذه المنصات لتسويق منتجاتها لا يمكنها حجبها ، لان ذلك سيضر بأعماها ، لذا يرى الخبراء أن عـلى الشركـات أن تكون قادرة على تحقيق التوازن مع مثل هذه القضايا بشـكل لا يعـوق معـدلات النمو ، فمعظم الهجمات أو الجرائم عبر الانترنـت تكبـد الشركـات خسـائر ماليـة كبيرة و خسائر في الممتلكات الفكرية،وتأثر بذلك سلبياً على العلامة التجارية.[31)]

فقد تتعرض الشركة لمخاطر الإضرار بسمعتها ، فعـلى الـرغم مـن أن وسـائل الاعلام الاجتماعية تسمح بسهولة الوصول إلى الملايين من خلال التواصل كل ثانية و كل يوم ، وتقدم فرص ترويجية واسعة، لكنها تمثل على حد وصف العديـد مـن الخبراء "بالوعة" واسعة من المخاطر التـى تهـدد سـمعة الشركـة ، لان "السـلوك السـيئ" مـن قبـل المـوظفين خـلال الحـوارات المتبادلـه مـع الزبـائن الحـاليين أو المحتملـين ، أو نشر معلومـات محرجـة، يمكـن ان يـنعكس سـلباً عـلى الشركـة والعلامة التجارية، فقد تتعـرض العلامـة التجاريـة لـبعض الانتقـاد بطريقـة قـد تسبب خسائر فادحة للشركة.

وعلى هذا الأساس تتعرض الشركات لكثير مـن السـيناريوهات التـى تعـرض علامتها التجارية للخطر ، ومنها قيام أحد الموظفين باستخدام العلامة التجاريـة في صـفحته عـلى الشـبكة الاجتماعيـة ، وقـد يكـون لهـذا الموظـف بعـض الاراء أو التصرفات الخاطئة وهذا بلا شك سوف يؤثر كثيراً على سـمعة العلامـة التجاريـة، وقد يقوم أحد الموظفين بمشاركة في أحد المنتـديات عـلى الانترنـت ويظـن القـراء بأنها تعبر عن رأى الشركة، وأيضاً عندما يـتم عـرض فـيلم يقـوم بعـرض منـتج أو خدمة تقدمها الشركة بصورة سئية أو مريبـة ، فسـوف يـؤثر عـلى فكـرة العمـلاء وموقفهم من الشركة ، وقد تكون هناك بعض الآراء السئية المنشورة على الشـبكة عن بعض المنتجات أو الخـدمات التـى تعرضـها الشركـة ، أو تكـون هنـاك بعـض الاراء السلبية في مواقع التواصل الاجتماعية الخاصة بالتوظيف عـن مـدى تعامـل الشركة مع الموظفين مما يعرض سمعة الشركة للخطر.[32]

ويحذر الخبراء أيضاً ، من المخاطر التشغيلية فى بيئة الأعمال التـى تـأتى عـبر الإعـلام الجتماعـى ، ويحـذرون مـن اتجـاه بعـض الأفـراد إلى نشر الصـور عـلى الشبكات الاجتماعية التى توفر معلومات مهمة مثل أرقام ولوحات السـيارات أو أي علامة جغرافية يمكن أن تكشف عن معلومات عنهم أكثر من اللازم، فإذا كـان الشخص ليس لديه ما يخفيه فهو لا يعرف متى أو كيف يمكن أن تستخدام هذه المعلومات ضده ، فالجدير بالذكر أن مديري المـوارد البشريـة فى بعـض الشركـات يرفضون توظيف بعض الأشخاص على أساس بعض المعلومات المتاحة عـنهم عـلى مواقع التواصل الاجتماعى، فنشاط طالب العمل على مواقع التواصـل الاجتماعـى قد يكون مخالف للقانون والمبادىء الاخلاقية والتى تعطى انطباع سىء عنه، كـما أن الشركات التى تقوم بمراقبة محادثات الموظفين عـلى منصـات وسـائل الإعـلام الاجتماعية يمكن أن تقوم بفصل الموظف على أساس نشاطه عـلى الفيسـبوك مـع الموظفين الآخرين. [33]

كـما أن التوظيـف فى حـد ذاتـه مـن خـلال وسـائل الإعـلام الاجتماعيـة لا يعد وسيلة آمنة لانه يمكن أن يعرض الشركة نفسها للكثير مـن الانتقـادات مثـل انتهـاك معـايير تكـافؤ الفـرص، وانتهاكـات القـانون بـالتمييز ضـد ذوي الإعاقـة

مـثلاً، خاصـة عنـدما تقـوم الشركـات بـاجراء المقـابلات عـبر وسـائل التواصـل الاجتماعى.[34]

وهناك العديد من الامثلـة والتجـارب الواقعيـة التـى تكشـف بالفعـل عـن المخاطر التـى قـد يتعـرض لهـا الموظـف والشركـة معـاً نتيجـة إسـتخدام وسـائل التواصل الاجتماعى بشكل سيء، والتى تصل الى حد الاضرار بسمعة الشركة، وهـو الأمر الذى يجعل الشركة تقوم بفصل الموظف الذى تسبب فى الاضرار بسـمعتها ، فعلى سبيل المثال أثارت تغريدة عنصرية أرسلتها شـابة أمريكيـة عـلى تـويتر تـم تناقلتها شبكات التواصل الإجتماعي، موجـة مـن الاسـتهجان في العديـد مـن دول العالم، طردت عـلى إثرهـا الشـابة مـن عملهـا كمـديرة إتصـال في شركـة أمريكيـة عملاقة، وأبرزت هذه القضية مخـاطر الـنشر عـلى مواقـع التواصـل الاجتماعـي ، فقبل أن تحملها الطائرة إلى جنوب أفريقيا لقضاء إجازة هناك، كتبت أسـافر إلى أفريقيا، أرجو ألا أصاب بمرض الإيدز هناك، لا أمزح ، فأنا بيضاء البشرة، وهـو مـا دفع شركـة "أنتركتيـف كـورب" العملاقـة المالكـة لعـدد مـن المواقـع الاجتماعيـة المعروفة والتي توظف ساكو مديرة قسم الاتصـال، إلى طردهـا مـن العمـل حتـى قبل أن تتصل بهـا لمعرفـة تفاصـيل الحادثـة، بعـد أن أعتـبرت الشركـة التغريـدة "فضيحة و تغريدة جارحة " لا تمثل في أي حال من الأحوال مبـادئ الشركـة التـي تعمل بها.[34]

ومن الأساليب والمخاطر الاخرى أيضاً، اسـتدراج بعـض القراصـنة للمـوظفين للنقر على وصلة أو رابط معين عـلى مواقـع التواصـل الاجتماعـى ، أو ربمـا يـنشر عـلى الحـائط بحيـث يجـذب الأصـدقاء والنقـر عليـه، وعنـدما ينقـر أحـدهم على الرابط، فإنهم لا يدرون أنهم يثبتـون كـود برنـامج أو نـص تعلـيمات خبيثـة يمكن استخدامها في سرقة المعلومات أو السـيطرةعلى الحاسـب، يسـتغل أسـلوب اصطياد النقرات الطبيعة الديناميكيـة للشـبكات الاجتماعيـة ، ويحـدث كثـيراً أن ينشر الناس بشكل غير مقصود معلومات سرية، وهي تصريحات تقدم معلومـات داخليـة عـن الشركـات والمؤسسـات، كـما قـد يحـدث أيضـاً أن يـنشر الموظفـون دون قصد شفرات البرامج المملوكة لشركاتهم عـلى مواقـع الشـبكات الاجتماعيـة، مفشين بذلك أسرار حساسة تصنف ضـمن الملكيـة الفكرية،وهـذه الأفعـال رغـم

أنها غير مقصودة تؤدي إلى انتهاك قوانين ولوائح الصناعةوالسوق، وستؤثر على سمعة الشركة أو ربما تضع الشركة في مأزق تنافسي.[36]

وتزداد درجة المخاطر مع احتمال تعرض الشركة للبرامج الضارة التى تكشف عن معلومات المستخدم وتدمير بياناته ، مثل سرقة الهوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، التى تعتبر من أهم التهديدات التى تواجه الشركات ، فمن المعلوم ان سرقة العلامة التجارية هو أمر سهل بالنسبة لأى شخص يقوم بعمل بريد الكتروني باسم شركة، وكذلك الأمر بالنسبة لوسائل التواصل الاجتماعي، فقد يقوم شخص بتطوير صفحة على هذه المواقع تحمل أسم شركة معينة، وفي بعض الأحيان يعمل بعض قراصنة المعلومات على نشر فيروسات خبيثة داخل مواقع الشبكات الاجتماعية من خلال إعلانات لطرف ثالث، قد تحدث خروقات أمنية بسبب البرامج الضارة التى يتم تحميلها على موقع الويب للمؤسسة ، وإذا كانت السياسات والإجراءات الأمنية والضمانات التقنية غير كافية، فقد تتعرض الشركة لاختراق البرمجيات والفيروسات الخبيثة.[36]

كذلك يؤدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إلى إثارة الكثير من المسائل القانونية المتعلقة بالملكية الفكرية، فسهولة نشر المحتوى وتوزيعه في مواقع التواصل الاجتماعي يجعل من السهل مخالفة قوانين حقوق الملكية الفكرية بقصد أو بدون قصد،علاوة على أن الشركات عموماً مسئولة قانوناً عن أي بيانات مالية تنشرها على مواقع الاعلام الاجتماعي، والموظفين الذين يقومون بالترويج للمنتجات قد يدلون بتصريحات تكشف أسرار الشركة ، لذا ينبغي نشر بيان إخلاء المسئولية، وبشكل واضح وذلك في صفحتها الرسمية الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي،و يجب أن تشير الجهة إلى قانون حماية حق المؤلف والحماية الآمنة للمواد الرقمية ، والقوانين التى تمنع انتهاك حقوق التأليف والنشر، العلامات التجارية، أو غيرها من حقوق الملكية الفكرية الآخرين ، و يتعين على الشركات أن تكون على علم بالبيانات التى يدلى بها موظفيها حول المنافسين، و البيانات التشهيرية التي يدلى بها الجمهور على صفحات الشبكات الاجتماعية للشركات المنافسة.[38]

وحاصل القول، تكتسب وسائل الإعلام الاجتماعي أهميتها كمظلة لعمليات التواصل والإتصال التي تحسن من جوانب القصور السائدة في نظم

التسويق التقليدية، وهذا جعلها محط اهتمام رجال الأعمال وأصحاب الشركات، فمن خلالها يمكن للشركات اشهار منتجاتها وإكسابها شعبية لدى المستخدمين، بل إن استخدامها بشكل صحيح ومدروس سيعود بالنفع على العلامة التجارية بمزيد من المبيعات وزيادة دائرة المهتمين، فالتسويق الاجتماعي الايجابي يصنع سمعة رائعة للشركة ، لذلك يجب أن يكون لدى الشركات استراتيجية واعية لجذب العملاء ، فليس بمجرد فتح حساب في تويتر وفيسبوك ستجلب الشركة العملاء، وإنما بالسعى أولاً لجذب ولفت انتباه المستخدمين، فيجب أن تكون الخدمة والمنتج مميز، حيث تستخدم الشركة أفضل الأدوات الممكنة فى التسويق.

وبالنسبة للمخاطر التى تواجه الشركات عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعى ، فيجب على الشركات استخدام نظم التقنية الحديثة واستخدام استراتيجيات وسياسات لادارة استخدام هذه الوسائل ، وتدريب وتعليم موظفيها وتوعيتهم بمثل هذه المخاطر، وهذا يعني أهمية وجود مدير لوسائل الإعلام الاجتماعي ، ويجب أن تدرك الشركة كيف تتعامل مع التعليقات السلبية والاعتراضات التي من الممكن أن توجد على تلك وسائل الاعلام الاجتماعى، ويجب على مجلس إدارة أية شركة أن يحدد كيف يمكن استخدام الاعلام الاجتماعي فى تحقيق الأهداف الإستراتيجية للشركة، وذلك عن طريق القياس وتحديد مؤشرات الأداء المناسبة للشركة، التى تقيس مدى نجاحها على منصات الاعلام الاجتماعى،ومن ثم أهمية وجود نظم محددة لتقييم الأداء لتقديم تقارير دورية حول فعالية وسائل التواصل الاجتماعي إلى مجلس الإدارة.

ويجب على الشركات أن تكون قادرة على السيطرة على نشاطات موظفيها على مواقع التواصل الاجتماعي، ويجب أن تقوم بتدريب الموظفين وتوعيتهم بالمسئولية عما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي ، وخاصة الموظف الذى يصرح له بالتواصل الرسمي مع الجمهور عبر الصفحة الرسمية بالنيابة عنها ، حيث تمثل كل التعليقات والآراء التي ينشرها الموظف عبر هذه الصفحة وجهة النظر الرسمية لها .

وبالتالي فإن توفير الحماية اللازمة من تلك المخاطر يصبح أمراً ضرورياً، الأمر الذى يفرض على الشركات اتخاذ الإجراءات والتدابير الأمنية لضمان

عـدم دخـول موظفيهـا إلى التطبيقـات غـير الضروريـة كالألعـاب وغيرهـا مـن التطبيقات المنتشرة في بعض أدوات التواصل الاجتماعـي، وذلـك تجنبـاً للمخـاطر ذات الصلة بالحماية كالملفات غير المرغوبة و التصيد الاحتيالي.

إن بيئة المخاطر المتقلبة التـي تضـطر الشركـات لخوضـها، يتطلـب منهـا أن تتمتع بخفة الحركـة في تقيـيم هـذه المخـاطر، والتكيـف مـع المتغـيرات العالميـة والاستفادة من الفرص الجديدة، حتى لاتظل مواقـع التواصـل الاجتماعـي مصـدر قلق أساسي بالنسبة لها، فلاتزال العديد من الشركـات دون المسـتوى المطلـوب في هذا المجال، بشكل يتطلب الاستمرار في المراقبة الدائمة للمخاطر، وعلى أية حـال، فإن أكثر التهديدات التي تنتج عـن اسـتخدام الشـبكات الاجتماعيـة هـى نتيجـة لعدم وجود سياسة واضحة وأهداف محددة لاستخدام مثل هذه الوسـائل، ومـن ثم فهى تفتح المجـال للمحتـالين وقراصـنة المعلومـات لاسـتغلال نقـاط الضـعف والقصور التقنى داخل الشركات وعجزها عن مواكبة مثل هذا التطور.

إن التحـديات التـى تواجـه الشركـات فى التسـويق عـبر الاعـلام الاجتماعـى بالقطع لاتعنى أنه يمثل تهديداً جـاداً عـلى مصـالح الشركـات ، ولكنـه يحتـاج إلى قدرات مهنيـة واحترافيـة ، وبـلا شـك إلى جهـاز تسـويقى محـترف ومتخصـص فى استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة ، ومن ثم لا يزال لدى الخبراء الاقتصاديين نظرة أكثر تفاؤلاً عما يمكن أن تلعبه وسـائل التواصـل الاجتماعـى فى المسـتقبل فى بيئة الأعمال والأسواق ، وهم أكثر تفاؤلاً عما قبل حول فرص النجاح المتاحة أمـام الشركات للنفـاذ إلى الأسـواق بقـدر اسـتفادتها مـن تلـك التقنيـات التـى فرضـتها العولمة والثورة المعلوماتية.

هوامش الفصل الثالث:

[1] د. حمدى بشير محمد على : " الاعلام الاجتماعى والتحولات السياسية فى العالم العربى ، **مجلة سطور** ، العدد الرابع عشر ، تونس ، يناير 2013 ، ص 30

[2] د سعود صالح كاتب : الاعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص ، **المؤتمر العالمة الثانى للاعلام الاسلامى**، جدة : جامعة الملك عبد العزيز ، كلية الاداب ، ديسمبر 2011 ، ص 18

[3] د. حمدى بشير محمد على : " الاعلام الاجتماعى والتسويق الاجتماعى فى المنطقة العربية " ، **مجلة سطور** ، العدد السادس عشر ، مارس 2014 ، ص .22

[4] د سعود صالح كاتب ،**مرجع سبق ذكره** ، ص 24

[5] انظر:

Malin Fridolf and Alem Arnautovic : Social Media Marketing - A case study of Saab Automobile AB Malin Fridolf ,**M.A Thesis ,** University West ,Department of Economics and Informatics ,Spring term 2011,p.3

[6] انظر:

Sara Prentice and Ethan Huffman :" Social Media's New Role in Emergency Management Emergency Management and Robotics for Hazardous Environments",**Working Paper** ,Idaho National Laboratory ,March 2008,pp.1-6

[7] Malin Fridolf and Alem Arnautovic ,**op.cit**,pp.4-10

[8] انظر:

Rohan Miller and Natalie Lammas:" Social media and its implications for viral marketing" ,**Asia Pacific Public Relations Journal**,Vol. 11,2010,pp.2,3

[9]**Ibid,**pp.58-63

[10]**Ibid**,p.63

[11] **Ideam**

[12] اقرا استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية لتنمية شركة أعمالك:

Using Social Media to grow Your Business

http://iipdigital.usembassy.gov/st/arabic/pamphlet/2013/03/2013031214401 0.html#ixzz2qkHmJFxs

[13] Malin Fridolf and Alem Arnautovic ,**op.cit** , p.25

[14] **Ibid**, p.26

[15] **Ibid**, p.26

[16] انظر:

Toby Merrill and (others): Social Media: The Business Benefits May Be Enormous, But Can the Risks Be Mitigated?, ACE Group, April 2011,pp.2- 5

[17] **Ibid,**,pp.5- 10

[18] اقرا استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية لتنمية شركة أعمالك:

Using Social Media to grow Your Business

http://iipdigital.usembassy.gov/st/arabic/pamphlet/2013/03/2013031214401 0.html#ixzz2qkHmJFxs

[19] Rohan Miller and Natalie Lammas, **op.cit** ,p.5

[20] راجع : أندية الكرة تستغل نجومها على ساحة مواقع التواصل الاجتماعي،

http://www.al-akhbar.com/node/196191

[21] د سعود صالح كاتب **مرجع سبق ذكره** ، ص 26

[22] **المرجع السابق**، ص ص 18-24

[24] لمزيد من التفصيل انظر :

Carrington Malin :Middle East & North Africa Facebook Demographics , survey report , Spot On Public Relations and Spot On Communications LLC ,24 May 2010.

(25) رشا مرتضى وفادى سالم :" أثر الإعلام الاجتماعي على الريادةوفرص العمل؟ آفاق جديدة لتمكين الشباب العربي اقتصاديا ؟، (دبي : برنامج الحوكمة والابتكار، كلية دبي للإدارة الحكومية ، أكتوبر2012)، ص 14- 24

(26) شركة سوشيال بيكر الأمريكية ،على الموقع التالى :

http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/egypt

(28) د سعود صالح كاتب **مرجع سبق ذكره** ، ص ص 28

(29) **نفس المرجع السابق**

(30) Rohan Miller and Natalie Lammas, **op.cit,** p.6-12

(31) **انظر:**

McAfee : Managing Security and Risk ,on :

http://www.mcafee.com/us/resources/solution-briefs/sb-managing-security-risk.pdf

(33)**Ideam**

(34) **Ibid**,p.7

(35) راجع : " تغريدة تحول حياة أمريكية لجحيم وتؤكد خطورة مواقع التواصل الاجتماعي" ، وكالة انباء ONA، انظر الموقع التالى :-

http://onaeg.com/?p=1359332

[36] انظر بالتفصيل :

Jan H. Kietzmann, Bruno S. Silvestre, Ian P. McCarthyand Leyland Pit :" Unpacking the social media phenomenon: towards a research agenda , Special Issue Paper , **Journal of Public Affairs** , John Wiley & Sons, Ltd. Wiley Online Library, 2012

[36] Toby Merrill and (others), **op.cit**, p.9

[38] **Ibid**,p.8

الفصل الرابع

الأبعاد السياسية

الفصل الرابع

الأبعاد السياسية

تناولنا فى الفصول السابقة ظاهرة الاعلام الاجتماعى وأبعادها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية ، والافاق والتحديات التى انعكست عنها فى السياق الاجتماعى والثقافى والاقتصادى فى المجتمعات العربية، وفى هذا الفصل فإننا نواصل دراسة الاعلام الاجتماعى من منظور سياسى، أى التركيز على دراسة تأثيره على الاوضاع السياسية فى العالم العربى ، وأيضاً التعرف على الافاق والفرص والتحديات السياسية التى تواجه المجتمعات العربية فى هذا الواقع السياسى المتغير، فقد ساهمت وسائل التواصل الاجتماعى بالفعل فى دمج التفاعلات السياسية بين العالمين الواقعى و الافتراضى، وهو الأمر الذى ظهربوضوح فى التحولات السياسية التى شهدها العالم العربى منذ بداية عام 2011 .

ويمكن دراسة الأبعاد السياسية لهذه الظاهرة فى هذا الفصل من خلال ثلاثة محاوررئيسية ، يتمثل الأول فى الاعلام الاجتماعى والتحولات السياسية فى العالم، و الثانى فى دور الاعلام الاجتماعى فى ثورات الربيع العربى، والثالث فى الاعلام الاجتماعى والتحديات السساسية فى العالم العربى.

الإعلام الاجتماعى والتحولات السياسية فى العالم:

لقد أحدث الاعلام الاجتماعي ثورة في طريقة التواصل والتنظيم السياسى، إذ تلاشت الحواجز أمام إنتاج وتوزيع المعلومات، وأصبح الملايين من منتجي ومستهلكي وسائل الإعلام الجديدة قادرين على التنظيم، والتواصل، والتعلم، والمشاركة في بلدانهم ومجتمعاتهم الأهلية بكفاءة لم يسبق لها مثيل، فمع امتلاك التكنولوجيا الرقمية، تم تمكين الأفراد المهمشين من المشاركة السياسية [1].

إنه من الأهمية بمكان أن نعترف بهذا التحول الأساسي الذى أحدثة الاعلام الاجتماعى فى العالم بأسره ، فإذا لم ندرك ذلك التحول فسوف نبقى عاجزين عن فهم الأحداث التي تحدث في مجتمعاتنا العربية ، فقد أصبح الإعلام الاجتماعي أداة للتغيير السياسى وساعد على توسيع مستوى المشاركة السياسية

وإجماع الآراء التي تؤثر بلا شك في صنع القرار، وأعاد إلى الأذهان إمكانية تحقيق الديمقراطية المباشرة وتوسيع المشاركة السياسية ، و جذب الكثير من اهتمام المواطنين وتواصلهم وتبادلهم للاراء مباشرة عبر مواقع التواصل ، بل والحشد والجمع فى الميادين للتأييد أو المعارضة لقرار أو لسياسة حكومية معينة، بشكل زاد من دينامكية وحركية ومرونة وسرعة وصول المطالب السياسية إلى صانع القرار، وهذا أضاف بُعداً جديداً إلى التفاعلات فى بنية النظام السياسي، لا سيما بين المدخلات (المطالب) والمخرجات (القرارات)، يلاحظه بلا شك المتخصصون في حقل العلوم السياسية [2].

إن التغيير السياسى الذى ساهمت فيها وسائل التواصل الاجتماعى بلاشك نلاحظه فى امتداد تأثيرها فى مختلف المجالات السياسية ، لتلعب دوراً هاماً فى التنمية السياسية، حيث عملت وسائل التواصل علي تدعيم الممارسة الديمقراطية من خلال إنهاء احتكار النظم الحاكمة للمعلومات، ونشر الوعي السياسي لدي المواطنين، وتدعيم دور المعارضة السياسية بالإضافة إلي استخدامها كوسيلة لنشر الثقافة السياسية وتوعية الجمهور وزيادة اهتمامه بالشئون السياسية بما يزيد من المشاركة النشطة للأفراد وهي خطوة أولي للتنمية السياسية ، كما تعد مظهراً جديداً للتطبع الاجتماعي السياسي ووسيلة لجذب المواطنين من الشباب إلي الاقتراب بصورة أوثق من العملية السياسية، وبالتالى فإن الاعلام الاجتماعى يساعد على المدى البعيد على بناء مجتمع مدني متقدم [3].

لقدت زودت وسائل التواصل مؤسسات المجتمع المدني والأحزاب السياسية بأدوات للاتصال والتعبئة السياسية غير مسبوقة ، حيث يعتمد المجتمع المدني عليها في الحصول على "ملاذ آمن" ، ومن ثم فقد ظهرت مجتمعات أهلية افتراضية تستعمل الإنترنت كأداة لوجستية للتنظيم والاتصال بشكل مستقل عن الدولة، حيث تتمكن الحركات الاجتماعية من النمو، وهكذا أصبح فضاء الانترنت المنتدى الذي يتحدى فيه المجتمع المدني الدولة، وأصبح لدى المواطنين محتوى دولي متزايد للأنباء التي يستمعون اليها، ففتح المجال أمام ممارسة قضايا المواطنة، وهى الظاهرة التى أطلق عليها المواطنة الافتراضية ، وعزز الاتصال السياسي خلال اللحظات الحساسة سياسياً كالأزمات السياسية أو العسكرية

[4]، و فتح مجالاً جديداً للدعاية الانتخابية وطرح البرامج الانتخابية للأحزاب ، حيث تكونت جماعات عبر شبكة الفيسبوك على المستوى المحلى فى عدة دول لنشر البرامج الانتخابية، وجمع التأييد الشعبى[5].

وحتى الأحزاب الإسلامية المتشددة، فقد أضطرت إلى تلطيف رسالتها وإلى استخدام تكنولوجيات إعلامية جديدة لجذب وتحفيز الناخبين، فاليوم، من الصعب تصور إجراء تنظيم ناجح لإى حركة اجتماعية بدون هذه المواقع، فمن يمتلك هذه التكنولوجيا يمكنه تغيير النظام ويمكنه التأثير فى النتائج الانتخابية [6].

وقد أصبح الإعلام الاجتماعي عنصراً مركزياً في الحملات الانتخابية فى مختلف دول العالم، فقد أصبحنا نرى كيف تدار الحملات الانتخابية عبر وسائل التواصل الاجتماعى ، فعلى سبيل المثال ، اتجه مرشحى الرئاسة فى الولايات المتحدة الامريكية منذ عام 2008 إلى تدشين حملتهم الانتخابية عبر وسائل التواصل الاجتماعى، حيث يقول مستشار جون ماكين على الانترنت يصف استخدام المرشحين لوسائل الاعلام الاجتماعية طيلة فترة الحملة الانتخابية الرئاسية: المكان الوحيد حيث يمكنك التنافس أو حتى الفوز على منافسيك بقدر قليل من المال للانفاق على الدعاية الانتخابية[7] ، ، ويقول جود شتاين أحد مدراء حملة باراك أوباما للترشح للرئاسة الأمريكية بأنهم تمكنوا من جذب قرابة مليوني مؤيد على موقع ماي سبيس، ونحو 6.5 مليون على الفيسبوك، ونحو 1.7 مليون داعم على موقع تويتر، ويضيف جود شتاين: "إن فوز أوباما في الانتخابات ما كان ليحدث لو لم تكن لدينا الرسالة الصحيحة، ووسيلة التوصيل الصحيحة، لقد كان حجم صدى رسالة أوباما واضحاً، لذا كان الناس منفعلين وكانوا يتحدثون عنا على فيسبوك وماي سبيس، كذلك من بين اهم ملامح هذا التطور السياسى إعلان باراك أوباما عبر تويتر عن اختياره جو بايدن للترشح معه لمنصب نائب الرئيس خلال الحملة الانتخابية الرئاسية للعام 2008، وأيضاً استخدام منافسيه الجمهوريين لمنصات وسائل الإعلام الاجتماعية الثلاث الكبرى بكثافة في عام 2012 [8].

ومن ثم فقد قد أصبح المستشارون السياسيون يعتمدون بشكل متزايد على استخدام الإعلام الاجتماعية في توجيه دعاياتهم الإنتخابية على الإنترنت، حتى

أن هناك برنامج تطبيقي يستطيع العثور على الناخبين المحتمل تعاطفهم مع المرشحين بناء على سيرهم الذاتية الموجودة على الفيسبوك .

وفى الانتخابات الرئاسية الفرنسية عام 2007، استطاع نيكولا ساركوزي زعيم الحزب الحاكم أن يحقق نصراً حاسماً على سيغولين رويال زعيم المعارضة الاشتراكي، وكان لوسائل الاعلام الاجتماعية تأثير قوي على نتائج هذه الانتخابات، حيث وجدت إحدى الدراسات أن أكثر من 40٪ من مستخدمي الانترنت يقومون بالمحادثة وغيرها من الأنشطة على شبكة الإنترنت بشكل كان له تأثير على قرارات التصويت [9].

ولذلك اهتمت العديد من الدراسات المختلفة بدراسة تاثير وسائل التواصل على النمط التصويتى للمواطن، فالجدير بالذكر هنا ، أنها سمحت بالمحادثة مع قادة الرأي الذين يمكنهم التأثير على رأي الناخب، وهذا التغيير السياسى نلمسه عبر المجتماعات والثقافات المختلفة ، فقد أصبح باستطاعة منظمي الحملات الانتخابية الآن، جمع المال وجذب المتطوعين وإقناع الناخبين، فعلى سبيل المثال،.يُمنح زوار صفحة الرئيس أوباما على اليوتيوب خيارات عديدة للتبرع للحملة الانتخابية ، أو للتطوع أو للمشاركة في الفيديو، أو في أي محتوى آخر من الحملة الانتخابية مع الأصدقاء من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية [10].

وتظهر النماذج الإحصائية للانتخابات التشريعية الأخيرة في ماليزيا أن المرشحين المتنافسين الذين كانت لديهم مدونات كانوا أكثر قدرة على إلحاق الخسارة بالمرشحين الذين يشغلون المناصب حالياً ممن ليس لديهم مدونات، كما كان لمرشحي الحزب المعارض الذين لديهم مدونات القدرة على ان يلحقوا الخسارة بمرشحي الحكومة الذين ليست لديهم مدونات، وبالتالى فقد قد بات من الصعب اليوم على مرشح سياسي ان يبدو "عصرياً" دون أن تكون لديه استراتيجية لحملة رقمية، فالبنية التحتية للمعلومات هي سياسة بحد ذاتها[11].

ومن هنا بدأ إعلام التواصل الإجتماعي يمثل مشكلة للأنظمة القمعية، فرئيس بيلاروسيا، ألكسندر لوكاشينكو والذي يطلق عليه الإعلام الغربي بالديكتاتور الأخير في أوروبا قام بحملة ضد التوتير والمدونات الإجتماعية، وبنفس النهج يستخدم الرئيس السوري، بشار الأسد وسائل التواصل

الاجتماعي، وفي فيتنام لا يسمح لستخدمي وسائل التواصل الإجتماعـي بالإقتبـاس من الصـحف أو وكـالات الأنبـاء أو أي مواقـع إنترنـت مملوكـة مـن الحكومـة، و قامـت حكومـات الهنـد بحـبس مـواطنين لحيـازتهم مواقـع اجتماعيـة، تـوتير أو فيسبوك، وأصدرت إيران أحكاما بالإعدام عـلى مـدونين ، وقامـت الصـين بتركيـب نظام رقابة بحجب اي خطاب غير مرغوب بـه، وهـذا يـفسر اسـتخدام الصـينيين لوسائل التواصل الإجتماعي حتى يعبروا عن شكواهم وعدم رضاهم عـن الوضـع، فالصين تنفق أموالاً طائلة على الأمن الداخلي بمـا في ذلـك الرقابـة عـلى الإنترنـت أكثر مما تنفق على التسلح، و هذا يظهر شيئاً واضحاً وهو أن الحكومـة الصـينية تخاف من شعبها أكثر من القوى الخارجية [12].

وليس من المستغرب هنا، بـروز هـذه المجتمعـات الافتراضـية التـى تحـدت بالفعل الدولة والنخـب السياسـية التـى فرضـت رقابـة قاسـية عـلى المجتمعـات الأهلية خارج شبكة الإنترنت، فقد برز فضاء الإنترنـت كمنتـدى بـديل، فتحولـت غرف الدردشة على شبكة الانترنت إلى مواقع تمارس فيها حرية التعبير عـن الـرأى فسمحت شبكة الإنترنت لحركات المعارضـة الموجـودة خـارج بلـد يخضـع لحكـم استبدادي بالوصول إلى نظام الاتصال السياسي، حيث لجـأوا إلى أشـكال تنظيميـة أخرى تستطيع أن تستوعبهم [13].

وعلى اية حال ، فقد احتلت ظاهرة الإعلام الاجتماعـى جانبـاً كبـيراً مـن اهتمامات الجهات البحثية وجهات صنع القرار فى العالم ، وتشير العديـد مـن التقارير الأجنبية عن متابعـة الجهـات البحثيـة الغربيـة للتطـورات فى الشرق الاوسط عن كثب، كم اهتمت العديد من الأدبيات فى مجال العلوم السياسية بمناقشة تأثير الابتكارات التكنولوجية في العمل الجماعي بشكل عام ، وأثـارت تلـك الظـاهرة جـدلاً صـاخباً في الأوسـاط الأكاديميـة ، فحـول دور تـويتر أو الفيسبوك ، عقد معهد السـلام الأمـيركي ورشـة عمـل في جامعـة سـتانفورد في فبراير 2011، وكذلك جامعة جورج واشنطن للدبلوماسية العامـة والاتصـالات العالمية، وبرنامج تكنولوجيـا التحريـر سـتانفورد، وركـزت هـذه الـورش عـلى دراسة تأثير وسـائل الإعـلام الجديـدة فى الصراعـات السياسـية وبنـاء السـلام، اختلاف تأيرها فى الحالات العربية، ، وتوصلت الى وجود أدلة قويـة عـلى دور

وسائل الإعلام الجديدة في تنظيم الاحتجاجات [14]، بينما لم تحظى هـذه الظـاهرة بـالاهتمام الكـافى حتـى الان عـلى صـعيد الـدول العربيـة ، وخاصـة فى الاوسـاط الاكاديمية والبحثية .

وعلى أية حال ، فإن ما عرضناه عـن تطـور اسـتخدام الاعـلام الاجتماعـى فى المجال السياسى، هو مجرد أمثلة لإبراز أهم التغيرات السياسية التى أحـدثها عـلى الصـعيد السـياسى، وإبـراز توظيـف بعـد الساسـة ومؤسسـات المجتمـع المـدنى والأحزاب لشبكات التواصل الاجتماعي ، وكيف أصبحت تلك الشـبكات وسـيلة لا غنى عنها للتواصل السياسى، أما عن الدور الأكبر لهذه الوسـائل فى الربيـع العـربى والجدل بشان هذا الدور، فهو ما سوف نشير اليه السطور التالية .

الاعلام الاجتماعى وثورات الربيع العربى:

إن الثورة المذهلة في عالم التقنية الرقمية وما أفرزته من تطورات في وسـائل الإعلام الجديد أدت إلى تحوله من حقل للمعلومات يتيح حرية التعبير عن الرأي إلى وسيلة للتفاعل والتواصل السياسى ، فلم تأذن هذه الثورة التقنية فقط بولـوج العالم إلى عصر المشاركة وقـرب نهايـة عصرالرقابـة والـتحكم بالمعلومـات، ولكنهـا أذنت أيضاً بثورة من نوع آخـر، ثـورة سياسـية ضـد الاسـتبداد ، اسـقطت ثلاث أنظمة عربية خلال الثمان أشـهر الأولى مـن عـام2011، في تـونس ومصر وليبيـا ، بعد أن استمر رؤسائها المخلوعين في الحكم لأطول فـترة ممكنـة ، 23 سـنة لـزين العابدين فى تونس ، و30 سنة لحسنى مبارك فى مصر، و42 سنة لمعمر القـذافي فى ليبيا حتى هروبـه وسـيطرة الثـوار عـلى مقـر إقامتـه في بـاب العزيزيـة يـوم 23 أغسطس 2011.

وقـد وصـف بعـض المحللـين هـذه الاحـداث بتـأثير عـالم صـغير فى إشـارة واضحة إلى تأثير الإعلام الاجتماعى فى التحولات السياسية الراهنة فى العالم العربى، حيـث تمكنـت هـذه الشـبكات الالكترونيـة مـن الوصـول إلى عـدد لا حصر لـه من الأشخاص. وفي الوقت الذي جعلت فيه عملية التجمهـر وتنظـيم المظـاهرات أمراً سهلاً، فإنها في المقابـل جعلـت مهمـة الحكومـات الاسـتبدادية أكـثر صـعوبة في السيطرة على المظاهرات، ففي الماضي كان كل ما عـلى الحكومـات القيـام بـه هو وضع يدها عـلى الصـحف وقنـوات التلفزيـون والإذاعـة وهـي مهمـة سـهلة تمكنهم من الـتحكم في حجـم و ماهيـة المعلومـات التـي تصـل للنـاس ومـن ثـم

التحكم في تصرفاتهم، ولكن ومع ظهور الإنترنت وتطورها لتصبح أداة تفاعل وتواصل ومشاركة أصبحت مهمة الحكومات شبه مستحيلة، حيث عجزت كل محاولات الحكومة المصرية أو الليبية أو السورية للتحكم بالإنترنت عبر الحجب أو المنع أو حتى القطع ، و كان الناس يجدونها دائماً وسيلة أو أخرى لتجاوز كل تلك الممارسات بعد أن أصبحت السماء فوقهم مفتوحة ولا مجال لإغلاقها من قبل الحكومات فقد حاولت الحكومات حظر الفيسبوك وتويتر، ومواقع الفيديو مثل اليوتيوب، وقامت بسجن مجموعة من المدونين ، وحاولت إنشاء بعض المجتمعات الافتراضية في جهد منهم للسيطرة على المحادثات عبر وسائل التواصل ، واستخدمت برامج التكنولوجية المتقدمة للمساعدة فى رصد ومراقبة وسائل الإعلام الرقمية للسيطرة عليها، لكنها أخفقت [15].

والملاحظ أن عملية التعبئة الافتراضية للثورة مرت بعدة مراحل أولها مرحلة الحشد، عندما قام الشباب باستخدام وسائل الاعلام الاجتماعى فى نشر رسالة عن الاحتجاجات في جميع أنحاء العالم ، وتابع العديد من المهتمين بالأحداث من خلال تويتر و الفيسبوك ، ثم المرحلة الثانية عندما أنتقلت الثورة من تونس إلى البلدان المجاورة ، حيث كانت الأخبار القادمة من تويتر حول الأحداث في تونس مصدر إلهام الشعوب في جميع أنحاء المنطقة، حيث تبادلت وسائل التواصل الاجتماعى الأنباء عن رحيل زين العابدين بن علي ، فاندلعت المظاهرات في القاهرة مثل تونس، وظهرت مجموعة الفيسبوك "كلنا خالد سعيد" لتنقل الصور الرقمية بين العائلات والأصدقاء في مصر، وأصبحت صفحة كلنا خالد سعيد بمثابة نصب تذكاري وأداة لوجستية زميداناً افتراضياً للحشد قبل التحرك الفعلى إلى الميادين العامة [16].

لقد بدأت المرحلة الاولى بالدعوة إلي الثورة عبر موقع الفيسبوك، عندما قام هؤلاء الأفراد بتشجيع المشتركين إلى الانضمام إلي أهداف الثورة بما يشكل دعم للدعوة إلي فاعلية الاحتجاج، واستطاع المتظاهرون في مصر وتونس وفي أماكن أخرى في المنطقة أن يقوموا بنشر مطالبهم وأن يدعوا الآخرين للانضمام للمظاهرات وأن يحضوا شرائح أخرى عريضة في المجتمع ، فقد استخدموا الفيسبوك لتنظيم المظاهرات وتحدد مواعيدها، واستخدموا تويتر للتنسيق فيما بينهم ، واليوتيوب لنشر الأخبار عما يحدث، يمكننا أن نقول أن الإنترنت بذلك

غير طريقة الفاعلين السياسيين فى التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض، ابتداء من عام 2011، حيث أنتقلت الاحتجاجات الاجتماعية في العالم العربي من بلد إلى آخر، لأن وسائل الإعلام الرقمية سمحت بتعزيز استراتيجيات للتعبئة ضد الحكام المستبدين في كل بلد، ولم تكن الاستجابة السياسية للتجربة المحلية مستوحاة من قبل الفيسبوك، بل كانت مستوحاة من مآسي حقيقية موثقة في الفيسبوك [17].

لقد ساعدت تلك الوسائل الجدبدة على الترويج لفكرة "القرية العالمية"، التي طرحها المنظر مارشال ماكلوهان في الستينيات ، حيث سقطت الحواجز أمام انتقال المعلومات ، أمتد تأثيرها بلمح البصر من مظاهرات في شوارع مدينة في الفلبين في عام 2001، وانتخاب باراك أوباما فى الولايات المتحدة في عام 2008، وإلغاء نتائج الانتخابات مولدافيا المزورة في عام 2009، ومظاهرات في إسبانيا في عام 2011[18]،. واحتجاجات "الربيع العربي" 2011، واحتلال وولستريت[19].

لقد ظهر تأثيرها لتكون قنوات هامة تتيح للشعوب فرصاً للتعبير عن آرائهم السياسية بشكل ساعد على حشد شعوب الربيع العربى للثورة ، ففي تونس، وفي بلدة صغيرة في تونس تسمى سيدي بوزيد ، قام محمد البوعزيزي ، تاجر الخضار، بإضرام النار في نفسه في ساحة عامة خارج مكتب حكومي محلي، وكان البوعزيزي قد تعرض للتحرش بشكل متكرر من قبل الشرطة المحلية ، التى طلبت منه في كثير من الأحيان الحصول على تصاريح ورشاوى ، وتناقلت وسائل التواصل خبر وفاة البوعزيزي في سيدي بوزيد فى تونس وبقية منطقة الشرق الأوسط، وكانت وسائل الإعلام التلفزيونية والمطبوعة العالمية بطيئة في التقاط القصة و لم تبلغ بدقة عن الأحداث، وأصبح الفيسبوك منبراً هاماً لنشر خبر وفاة البوعزيزي.[20]

وتمثلت المرحلة التالية في مرحلة المشاركة، ففي مصر ، استخدمت الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك وتويتر كمنصات للاعلان عن الاحتجاجات الأولي فى 25 يناير 2011، ودعت مجموعة الفيسبوك مثل كلنا خالد سعيد للتحرك ، وتم شرح خطط حركة الاحتجاجات،واستخدم الفيسبوك للاعلان عن الاحتجاجات في العديد من البلدان الأخرى ، وساعدت

المعلومات التى تم نشرها فى البداية على توجيه انتباه العالم إلى الانتفاضات في تونس ومصر ، فعملت كقناة لتقديم الأخبار حول الأحداث الجارية ، التى لا تغطيها وسائل الإعلام التقليدية، عن طريق نقل الصورة بالفيديو عبر الهواتف لنشر الأنباء عن الاحتجاجات، فكانت الهواتف المحمولة أداة مهمة لإبلاغ العالم الخارجي بالأحداث المحيطة بالاحتجاجات الفعلية وطبيعة رد فعل الشرطة، وأصبحت أشرطة الفيديو من الهاتف المحمول تقريباً هى السبيل الوحيد لتقديم تقرير عن الاحتجاجات .[21]

إن المد الثورى الذى إجتاح العالم العربى قد بدأ بلاشك من العالم الإفتراضى، فجاء نجاح الثورة التونسية ليحمل عبر وسائل التواصل الاجتماعى العديد من الآمال والتطلعات للمتظاهرين في التحرير في القاهرة يوم 25 يناير 2011 ، الذين تضامنوا معا من خلال استخدامهم هواتفهم النقالة للاتصال عبر تلك الشبكات الاجتماعية ، فتمكن هولاء الشباب البارعين في أمور التكنولوجيا فى حشد الجماهير الذين خرجوا إلى الشوارع بأعداد أكبر من أي وقت مضى، وسمحت لهم وسائل الإعلام الرقمية فى اندلاع سلسلة من العصيان المدني في جميع أنحاء مصر، حتى أصبحت الوسيلة الفريدة من نوعها لتنظيم العصيان المدني فى المنطقة، فنشرت تفاصيل التعبئة الاجتماعية والسياسية من تونس إلى مصر وعبر المنطقة، واتاح الفيسبوك بنية تحتية لوجستية لا تقدر بثمن فى الراحل الأولى من الاحتجاجات.[22]

الجدل بشان دور الاعلام الاجتماعى:

أثار الاعلام الاجتماعى جدلاً صاخباً ومدوياً فى كثير من المركز البحثية حول دوره فى ثورات الربيع العربى، و أنقسم المحللين السياسيين إلى فريقين ، ذهب الفريق الأول بالقول بالدور الرئيسى له فى نجاح هذه الاحتجاجات، وأعرب بعض المنظرين عن قناعتهم بتأثيره الإيجابي على التنظيم وعمليات التعبئة ودعم التحول الديمقراطى ، بينما كان الفريق الثانى أقل قناعة بتأثيره ، وحذر بعضهم من مخاطر استخدامه ، حيث يرون أن الاجهزة الأمنية يمكنها جمع معلومات ثمينة عن الناشطين وهوياتهم لقمع الحركات الاجتماعية، ونظروا إليه باعتباره أداة في أيدي الأجهزة القمعية للدولة، بينما ظهر فريق ثالث يتبنى

وجهة نظر وسطية ويرى تأثيره كأحد العوامل التى ساعدت على نجاحات الثورات فى العالم العربى[23].

وقد دافع الفريق الأول عن دورالاعلام الاجتماعى إلى حد انه أطلق عليه " ثورات الفيسبوك"، و " ثورة تويتر " ووصفوا الموجة الحالية من الديمقراطية فى العالم العربى بمرحلة الديمقراطية الرقمية التى تستقيد من تكنولوجيا المعلومات[24] ، ويرون أن تصوير فيديو أبوعزيزى وتبادله وانتشاره عبر وسائل التواصل الاجتماعى بلاشك قد أجج الاحتجاجات فى تونس ، حيث أنطلقت شرارة الثورة فى تونس من وسائل التواصل الاجتماعى ، عندما قام الشاب محمد البوعزيزى فى يوم 17 ديسمبر 2010 بإضرام النار في نفسه نتيجة شعوره بالاحباط من جراء المعاملة القمعية لاجهزة الدولة القمعية ، ثم تناول الاعلام الاجتماعى للقضية وتفاعل الناس وتعاطفهم مع أبوعزيزى فانتقلت الثورة من تونس إلى مصر ثم ليبيا ثم اليمن وسوريا ، وبالتالى لعبت الأشكال الجديدة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دوراً هاماً في النضال من أجل الديمقراطية وحقوق الإنسان[25].

وإذا كان البعض قد أطلق عليها " ثورات الفيسبوك" أو " تويتر الثورات "، فان البعض الآخر قد أعتبرها مصطلحات "غير دقيقة " باعتبار أن الإنترنت ليس إلا سبباً من أسباب تلك الثورات ، فثمة أسباب أخرى لهذه الاحتجاجات تنطوي على مزيج من العوامل غير التكنولوجية ، كالقمع السياسي والتهميش الاقتصادي، أزمة الشرعية السياسية، وقوة ولاء الأجهزة الأمنية للدولة ،وصولاً إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وكلها ساعدت على اندلاع الانتفاضات في تونس و مصر عبر تويتر و الفيسبوك ، ومن ثم فان الاعلام الاجتماعى ما هوإلا وسيلة تمكين مثل اختراع المطبعة في القرن الخامس عشر، فلم يخترع الشجاعة لكن مكن الشعوب من التواصل مع بعضهم البعض للثورة على النظم الفاسدة، ويرون أن الذين يصفون تلك الثورات بثورات الفيسبوك إنما ينكرون ضمناً الإرادة الإنسانية في الحرية، وبناء على ذلك يرون أن الإعلام الاجتماعي كان له دور هام فى نشر هذا الكم الهائل من مدونات تويتر وأشرطة اليوتيوب حول الاضطرابات ، لكن وسائل الإعلام التقليدية هي التي وصلت بين تلك النقاط[26].

ويرى هذا الفريق أن شبكات التواصل الاجتماعي لا تشمل إلا على أقلية من السكان ، يقطنون المناطق الحضرية، حيث كانت الاحتجاجات متركزة بدرجة أكبر في المناطق الحضرية في جميع أنحاء الربيع العربي ، مثلاً القاهرة والإسكندرية في مصر ، وطرابلس وبنغازي في ليبيا، فضلاً عن أن استخدام الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر فى كثير من الأحيان ما يرتبط بالأفراد المتعلمين من ذوي الدخل العالي، وبالتالى يرون أن بعض المحللين قد قاموا بتضخيم دور الاعلام الاجتماعي بشكل متحيز[27].

ويرون أنه ليس من الانصاف القول بأن فيسبوك أو تويتر هما من أسقط تلك الأنظمة العربية لأن في ذلك إجحاف للثوار الذين ضحوا بأرواحهم سعياً وراء الحرية، فالتقنية هي مجرد أدوات ووسائل لدفع عجلة الحركات الشعبية وليست سبباً في الحراك الشعبي نفسه الذي نتج في حقيقة الأمر بسبب عوامل وظروف اجتماعية وسياسية واقتصادية عديدة عملت مجتمعة إلى إثارة سخط المواطنين في تلك الدول وجعلت الأرض تحت أقدامهم جاهزة للإنفجار، وإن ما فعله الفيسبوك وتويتر لم يكن صناعة تلك الثورات أو إيجادها ولكنها عملت على ايقاد شرارة تلك الثورات في تونس ومصر وليبيا واليمن وسوريا وغيرها من دول حول العالم، فمكن الفيسبوك وتويتر الشعوب في تلك الدول من توحيد أصواتهم والتعاون حيال القضايا الأساسية التي تهمهم وذلك من خلال وضعهم، بشكل لم يكن تحقيقه من قبل، على أرضية واحدة مشتركة[28].

وفي الواقع، إن العلاقة بين التكنولوجيا والتغيير الاجتماعي والسياسى ليست علاقة تلقائية أو خطية، ولهذا أهتم العديد من المحللين بتفسير ثورات الربيع العربى من خلال العديد من النظريات السياسية ، التى تسلط الضوء على العلاقة بين وسائل الاعلام الاجتماعية والحراك السياسى فى المجتمعات العربية ، وتحليل الشروط السياسية والاجتماعية التي بموجبها يمكن لوسائل الإعلام أن تساهم في التغيير الاجتماعي والسياسي،حيث يرى بعض المنظرين والمحللين السياسيين أن الحراك الاجتماعى فى أى مجتمع يتأثر بلا شك بدرجة انفتاح أو إنغلاق النظام السياسى ، الذى قد يسهل أو يدعم صعود الحركات الاجتماعية وظهور العمل الجماعي، بينما يرى البعض الآخر أن السياق التاريخي والبيئة السياسية هى التي يمكن من خلالها تمكين الحركات الاجتماعية

أو اعاقتها، وخلافاً لما حدث في سياق دول الشمال، أهتمت بعض الدراسات بتحليل الهيكل السياسي على المستوى الوطني والاجتماعي، وتحليل الحركة الاجتماعية في سياق البلدان النامية ، من منظور يشمل تاثير التفاوتات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، بالإضافة إلى الانقسامات التكنولوجية، وانطلاقاً من تلك التصورات المتعددة، يمكن القول أن تكنولوجيا وسائل الاعلام الاجتماعية كانت عامل ، وليست العامل الوحيد الرئيسى ، من بين العديد من العوامل التى أثرت فى نجاح ثورات الربيع العربي[29].

وإذا نظرنا إلى دور وسائل الاعلام الاجتماعى مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية فى ثورات الربيع العربى ، فقد اعتمدت الحركات الاجتماعية فى العالم العربى على استخدام استراتيجيات وأدوات بديلة لتجاوز وسائل الإعلام الرئيسية، من أجل دعم النضال و التواصل السياسى، ويرى الخبراء أن استخدام الحركات الاجتماعية التقدمية والمعارضة لوسائل الإعلام البديلة ينطوي على اثنين من العمليات الرئيسية، فهذه الحركات تستخدم وسائل الإعلام البديلة لتحقيق أهداف مختلفة خارج قطاع وسائل الإعلام الرئيسية، ومن جهة أخرى، فإنها تسعى إلى ديمقرطة وسائل الإعلام نفسها من خلال استخدام الممارسات الغير تجارية التي تتحدى وسائل الإعلام الرئيسية، وهى الميزة التى تفتقد اليها وسائل الإعلام التقليدية وخاصة التى تخضع لسيطرة الدولة ، وبالتالى فان الحركات الاجتماعية الجديدة كانت هى الضمان الرئيسي لمثل هذه الأدوات الجديدة كوسائل إعلامية بديلة قادرة على تعزيز الثقافة الديمقراطية، وعلى هذا النحو، يجب أن تركز الدراسات ليس فقط على دور وسائل الاعلام الاجتماعية في الربيع العربي ، ولكن كيف تستخدم لتحقيق أهداف الحركات الاجتماعية في التغيير السياسي[30].

وثمة قضية هامة أخرى، وهى دراسة استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية لتعزيز الخطاب والحوار من خلال الاتصال التفاعلي الكامل الذى يشكل أساس الحياة العامة والتعددية الديمقراطية، ولذى يرى ماكميلان أن التفاعل الكامل لا يحدث إلا عندما يكون هناك "حوار متبادل" وليس كرد فعل فقط ولكنه يضمن المساواة لجميع المشاركين ، حيث تتوزع الأدوار بين المرسل والمتلقي، ولذلك فهو يعد أحد الأشكال الجديدة للعمل الجماعي و نشاط الجماعات

والمجتمعات على الانترنت ، وعلى سبيل المثال ، يعتبر الفيسبوك الساحة الرئيسية لتعبئة المعارضة السياسية قبل اندلاع احتجاجات الشوارع والانتفاضات الشعبية في تونس ومصر، فقد أثارت صفحات الاحتجاج عن تعذيب وقتل الناشط خالد سعيد، وجمعت عشرات الآلاف من المصريين، وبالتالي ساهمت فى تشكيل مجتمع دولي على الانترنت يمتد على المدى الجغرافي و عبر الحدود السياسية، وفى هذا الصدد ، فسر كارول وهاكيت هذه الظاهرة من خلال منظور جديد هو نظرية الحركة الاجتماعية، وأن النشاط الإعلامي الديمقراطي، بصفة عامة، والحركات الاجتماعية الجديدة قد تأثرت بلاشك بانتاج ونشر "رموز" للاتصال و بناء العلاقات والممارسات الاجتماعية وبالتالي، يمكن القول ان هذا النشاط الإعلامي الديمقراطي الجديد قد جسد نفسه فى حركة اجتماعية جديدة[31] .

غير أن هذا بالقطع لايعنى الفصل التام بين وسائل الإعلام الجديدة وسائل الإعلام القديمة، فكلاهما عزز بعضهم البعض في الربيع العربي، يجب أن يكون مفهوماً أن الثورات كانت مدفوعة في المقام الأول بالأشكال التقليدية للتنظيم السياسي، ولكن الحق ان أثر الاعلام الاجتماعى يبدو واضحاً بدرجة أكبر فى ظهور الحركات الاجتماعية الجديدة ، فعلى الرغم من أن الحركات الاجتماعية، مثل الحركات النقابية، واليسارية، الإسلامية قد حققت درجات مختلفة من النجاح فى المجتمعات العربية، فقد فشلت الأغلبية منها فى الاستمرار ، إما بسبب القمع الذي تمارسه الدولة أو عدم كفاية الدعم، بينما تميزت الحركات الاجتماعية الأخيرة فى الربيع العربي بخصائص مختلفة عنها ، حيث أن الحركة الاجتماعية الحديثة تختلف فى خصائصها وقدرتها على حشد الجماعات والأفراد عبر وسائل التواصل الاجتماعى و الهروب من الهياكل والمؤسسات الهرمية الجامدة، وهذه الاتجاهات الجديدة في العمل الجماعي ترتبط بالتحولات التكنولوجية والاجتماعية والسياسية على المستويين المحلي والعالمي[32] .

ووفقاً للعديد من المحللين السياسيين ، الذين يحللون دور الحركات الاجتماعية الجديدة من خلال خمسة محاور رئيسية هي: (1) "العمل الجماعي "، (2)الموجه نحو التغيير ، (3) غير المؤسسي؛ (4) على درجة من التنظيم، و (5) على درجة من الاستمرارية ، فان نجاح الحركات الاجتماعية الجديدة يرتبط

بعاملين أساسيين : عامل فكري وآخر سلوكي، ينطوي البعد السلوكي على نشر تكتيكات الحركة والعمل الجماعي ، بينما ينطوى المستوى السلوكي، على انتشار الاتصالات التكنولوجيات الجديدة عبر الهواتف النقالة و شبكة الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعية، فقد سمحت الوسائل الجديدة بتطوير هياكل تنظيمية جديدة ، وهو ما اطلق عليه بعض المحللين الاتصال الأفقي الذى يتسم بدرجة عالية من المرونة، وبالتالي، فإن وسائل الاعلام الجديدة قد ساعدت على ظهور حركة اجتماعية جديدة ساهمت فى تشكيل استراتيجيات العمل الجماعي وغيرت أساليب التفكير والتنسيق وبناء التحالفات السياسية ، التي لا تتبع بالضرورة من النماذج الأيديولوجية والهياكل التنظيمية الجامدة، ومن هذا المنطلق يمكن الاعتماد على نظرية الحركة الاجتماعية الجديدة فى تفسير الربيع العربي ودراسة أثر الإعلام الاجتماعى على التنظيمات والجماعات السياسية[33].

ويمكن أيضاً من خلال تحليل خطاب بعض المدونيون السياسيين أن نستدل على ذلك ، حيث يقول المدون التونسي ، سامي بن غربية : "نحن نعتمد على شبكة من الناشطين فى مختلف أنحاء العالم العربي من موريتانيا إلى العراق، وهم يعرفون بعضهم البعض ، ويعلمون بعضهم البعض ، ويقول لورانس بنتاك، المدير السابق لمركز للتدريب الصحفي والبحث في الجامعة الأميركية في القاهرة، "حتى إذا كانت الحكومات قد وضعت بطريقة أو بأخرى الصحفيين فى القمقم، فهناك جيش من الناشطين فى وسائل الإعلام الاجتماعية الذين استولوا على أدوات تويتر، الفيسبوك وغيرها من أشكال الرسائل الفورية واستخدموها كأسلحة [34].

ونحن بحاجة هنا أيضاً إلى أن نضع في اعتبارنا العملية المعقدة للتعبئة السياسية ومراحلها المختلفة ، حيث ميز بعض المحللين بين نوعين من التعبئة السياسية ، النوع الأول هو اطلقوا عليه ما يسمونه بالحشد التوافقى ، وهو العملية التي من خلالها تحاول الحركة الاجتماعية والسياسية الحصول على دعم لجهات نظرها ، وتوصف بانها (أ) حركة جماعية ، (ب) لها استراتيجية ، (ج) ومواجهة بالمعارضين، وهذا النوع من التعبئة السياسية يختلف عن تماما عن التعبئة العملية ، وهى العملية التي من خلالها تقوم حركة اجتماعية منظمة بدعو

الناس للمشاركة ، وينظر لهذه العملية بانها تتم مباشرة ومن خلال تفاعل العلاقات المباشرة (الوجه لوجه)، ومع ذلك، فإن التعبئة العملية لا يمكن أن تتم بدون التعبئة الاولى للحشد ، حيث تتميز عملية التعبئة بمراحل مختلفة منها ، الاستعداد للتصرف لدعم قضية معينة، ثم مرحلة الاستعداد بالمشاركة، وأخيراً مرحلة "المشاركة الفعلية" ، ويمكن للمرء أن يلاحظ أن الاستعداد فى المرحلة الاولى والثانية يرتبط بالتعبئة للحشد ، أما المرحلة الاخيرة (مرحلة المشاركة الفعلية) فترتبط بالتعبئة العملية وهى مراحل متكاملة ، وعلى هذا الاساس يمكن القول أن وسائل الاعلام الاجتماعية مثل الفيسبوك ووتويتر وغيرها قد لعبت دوراً هاماً في مختلف مراحل التعبئة السياسية[35].

وعلى أية حال ، وبرغم الإنقسام بين المحللين السياسيين حول دور الإعلام الإجتماعى فى ثورات الربع العربي ، يمكن القول بدون تحيز أن الإعلام الإجتماعى كان بالفعل أداة وسلاحاً فعالاً فى يد هولاء الذين يتطلعون إلى حياة أفضل تتناسب مع تعليمهم وتطلعاتهم ، والتذمر من تردى الاوضاع الاجتماعية وتقاقم أزمة البطالة والاستبداد والفساد السياسى ، ومن ثم إن دور الاعلام الاجتماعى يبرز فى كونه الأداة التى استخدمها الشباب الساخطين للتعبير عن أنفسهم بطرق إبداعية لم يسبق لها مثيل ساهمت بلاشك فى اعادة بناء الهوية الجماعية خلال الانتفاضات الجارية، وتجسدت في الشعارات، والموسيقى، والفنون، و الملابس في شوارع القاهرة وتونس وصنعاء والدار البيضاء ، ليمهد الطريق أمام ثورات الربيع العربي ، فسمحت هذه التكنولوجيا الجديدة لمختلف شرائح المجتمع بالوصول إلى وسيلة حرة ومرنة وغير خاضعة للرقابة ، فساهمت بلا شك فى إعادة بناء الهوية الجماعية والمواطنة ، ودعم التجانس الاجتماعى بين الجماعات العرقية والدينية والأجيال[36].

الإعلام الاجتماعى والتحديات السياسية :

على الرغم من الصورة المشرقة التى تعرض الدور الايجابى للاعلام الاجتماعى فى التغيير السياسى فى العالم والعالم العربى ، إلا أن العديد من الخبراء السياسيين لا زالوا يحذرون من من بعض المخاطر السياسية التى تحدث بالفعل العديد من الدول العربية ، فقد تستخدم وسائل الاعلام بطرق ودروب عديدة بشكل سىء يهدد الاستقرار السياسى، كأن تستخدم كأداة للحرب

النفسية والتضليل والدعاية لتغطية الأزمات بشكل يثير عدم الاستقرار السياسي عندما تضعف سيطرة النخب على الوضع السياسي ، فخلال الفترات التى تتعرض لها الدول لأزمات مثل الأزمات الاقتصادية والنزاعات المسلحة و الكوارث الطبيعية ، فلاشك أن استمرار مثل هذه الازمات يمكن أن يقود إلى تدهور الموقف السياسي، وانتشار رأى عام مناهض من جانب السكان المتضررين ، ويمكن أن تؤدي إلى ظهور أفكار بديلة، وأحياناً تخريبية تمثل تهديداً كبيراً للمصالح السياسية ، ويمكن أن يتفاقم الوضع بظهور حركات التمرد، التى تطالب بتخصيص الموارد اللازمة ، ويمكن أن توفر وسائل الاعلام الاجتماعى وسيلة لبناء قاعدة متضامنة من المتمردين، وتسهل عملية التعبئة السياسية للمتمرد[37].

ومن ثم فقد مثل الإعلام الاجتماعى تحدياً جديداً مع احتمال انتشار ظاهرة التمرد لبعض فئات المجتمع عبر استخدام وسائل التواصل الاجتماعى، حيث تظهر ضمن تشكيلة التفاعلات الافتراضية تفاعلات تمردية ، وذلك لأن الفرد يستطيع أن يقول ما يريد خارج الضوابط التقليدية للمجتمعات، فالمجال مفتوح في الفضاء الرقمى للاتفاق علي التظاهرات من دون قيود المكان، ومن ثم فإن المخاطر والتحديات السياسية تكمن فى تحول تلك المظاهرات او الإضرابات إلى حركات تمرد علي المستويات القومية أو العالمية، حيث تكون تجمعاتها الافتراضية آلية رئيسية تساهم في تقارب المسافات والاهتمامات والاتفاق علي مناهضة الحكومات ، وربما تتطور إلى ظهور حركات إنفصالية تهدد تكامل وحدة اقليم الدول وسيادتها على أراضيها ، وخاصة فى الدول العربية ، حيث هناك العديد من الجماعات والاقليات التى تتطلع إلى الانفصال عن الدولة الأم ، وربما تستخدم هذه الادوات الجديدة فى تحقيق ذلك[38].

أضف إلى ذلك إمكانية استخدام الاعلام الاجتماعى كآلية لنشر الشائعات الباطلة ، ذلك ان تزايد نشر الدعاية الكاذبة على صفحات التواصل الاجتماعى وعلى الانترنت أصبح أمراً مثيراً للقلق[39] ، وعلى سبيل المثال ، في الولايات المتحدة، نشر على إحدى منصات وسائل الإعلام الاجتماعية شائعة بأن باراك أوباما هو رجل مسلم، ولا زال أكثر من 20٪ من الأميركيين يعتقدون أن أوباما مسلم، على الرغم من أن هذه المعلومات كاذبة و فندت بشكل متكرر،

فلـيس لـدى الحكومـات القـدرة عـلى تقييـد انتشـار محتـوى وسـائل الإعـلام الاجتماعية، ولا يمكن للرقابة التقليدية أن تتماشى مع التقنيات المتغيرة باستمرار، فمن الصعب من الناحية الفنية التدخل في الدعاية الأكثر راديكالية الموزعـة عـلى شبكة الإنترنت[40] .

وثمة قضية هامة أخرى ترتبط بالممارسات الخاطئة عبر وسـائل التواصـل، الا وهى أنها قـد تـؤدى فى بعـض الأحيـان إلى الاسـتقطاب الاجتماعـي، حيـث تشـير العديد من الدراسات إلى أن منصات وسائل الإعلام الجديدة تحولـت إلى منصـات لإطلاق الشائعات والمعلومات المغلوطة والتحريض لصالح طرف سياسي ضد آخـر فى مصر، منها على تـويتر حسـاب شـفيق وحسـاب الناشـط السـياسي حـازم عبـد العظيم وعلى فيسبوك صفحة "مكافحة العلمانيـة" وقالـت إحـدى الدراسـات إن هـذا النشـاط يسـاهم في زيـادة الاسـتقطاب السـياسي في مصر وأزمـة الثقـة بـين الأطراف السياسية ويعرقل أي مساعى للمصالحة، وخلصت إحدى الدراسـات إلى أن هـذه الحسـابات الخمسـة السـابق ذكرهـا لا تشـجع الديمقراطيـة حسـب التعريفات الاكاديمية التي تنص على أن وسائل الإعلام الديمقراطية هي التي ترفع وعي الشعب أو تحـاول تمكينـه أو تشـجعه عـلى محاسـبة السـلطة أو مسـاعدة أولئك الأكثر احتياجا أو تساعد على التوصل لتوافق مجتمعـي أو تشـجع النقـاش بين أطراف المجتمع حول القضايا الخلافية ، وأكدت الدراسـة أن هنـاك حسـابات تدعم الديمقراطية ولكنها محـدودة النشـاط، ، وأشـارت الدراسـة إلى أن مجمـوع أنشطة حسابي حازم عبد العظـيم ومكافحـة العلمانيـة كانـت أكـثر مـن محصـلة الحسابات الخمسة الأخـرى مجتمعـة وكانـت مسـاهمات الحسـابين في معظمهـا تشمل بروباجاندا و تحريضاً وشائعات وهذا يعكس طبيعة ما يتلقـاه مسـتخدمو التواصل الاجتماعي في مصر[41] .

وفى البحرين ، أرتبطت ظاهرة الاسـتقطاب السـياسى بالمعلومـات التـى يـتم تبادلهـا عـبر وسـائل الاعـلام الاجتماعيـة ، حيـث تحولـت تلـك الوسـائل لتبـادل الهجمات الطائفية بين السنة والشيعة على نحو متزايـد، وتحولـت لغـة الخطـاب السياسى إلى خطاب طائفي يتضمن رسائل طائفية، عكست بوضـوح الفجـوة بـين أنصار السنة والشيعة ، وتفاعلت الجماهير مع هذا الخطاب بطرق عدائية .

وبالاضافة إلى الاستقطاب السياسى الذى يحدث على مثل هذه المواقع الاجتماعية ، فقد تحولت هذه المواقع أحياناً لتكون بمثابة ساحة للحرب الالكترونية عندما تصل إلى أيدى النظم الاستبدادبة اليها وتستخدمها ضد النظم و الدول غير الصديقة ، ففي سوريا ، قام الأسد بفتح حساب على إنستاغرام، مما جعل بعض المعلقين يتسائلون بسخرية عن استخدام رجل مثل الأسد يخوض حرباً على شعبه حساباً على هذه الوسيلة الاجتماعية، فماذا يعني اتباع رجل ينظر اليه بقوة على أنه مجرم حرب، إلا ان يجعل من هذا الموقع "مزار افتراضي" يمجد ديكتاتوراً، بينما نجد أن ما يسمى بالجيش السوري الألكتروني ينشر الرسائل على توتير المؤيدة للأسد، ويستهدف جماعة التنظيم من أجل أمريكا، وهي مشروع يرعاه الرئيس باراك أوباما، ثم يقوموا بالسيطرة على حساب التوتير ويضعوا وصلات لمحتويات الجيش منها فيديو "الحقيقة حول سورية"[42].

ومرة أخرى ، يخترق الجيش السوري الإلكتروني، الداعم لنظام الرئيس السوري، برنامج سكايب للاتصال عبرالإنترنت، وينشر رسائل يتهم فيها شركة مايكروسوفت المالكة لسكايب بالتجسس ، حيث نشروا يقولون: لا تستخدموا خدمات الرسائل الإلكترونية التابعة لمايكروسوفت، فهم يراقبون حساباتكم ويبيعون المعلومات إلى الحكومات واستمر نشر هذه الرسالة قرابة الساعتين قبل أن يتم سحبها، وبعد نجاح شركة سكايب بوقف الاختراق واسترداد حسابها،نشرت عبر الحساب توضيحاً جاء فيه: ربما لاحظتم أن حسابنا للتواصل الاجتماعي تم استهدافه اليوم، ولم يتم المساس بأي من بيانات المستخدمين، ونأسف لهذا الإزعاج" ، وتعذر الاتصال بشركة مايكروسوفت على الفور لمعرفة تعليقها على الموضوع، وبرز أسم مجموعة الجيش السوري الإلكتروني الافتراضية مراراً خصوصاً عبر قرصنتها حسابات على تويتر تابعة لوسائل إعلامية عدة بينها وكالة الأنباء الفرنسية أو لحسابات تابعة للرئيس الأمريكي باراك أوباما[43].

وثمة ممارسات خاطئة أخرى ، تجعل من وسائل التواصل مصدر قلق لدى العديد من السياسيين ، وخاصة عبر الحسابات الوهمية ، التي ربما كانت أداة معبرة عن الكوميديا السياسية الساخرة وتفاعلت معها الجماهير بطريقة ايجابية، لكنها لاتزال مصدر قلق لترويج الشائعات ، فخلال الثورة المصرية ، كان

حساب كيسنجر (وزير الخارجية الامريكى الاسبق) الوهمي يقوم بالتغريد بشكل منتظم ، لمحاولة تصوير كيسنجر كمجرم حرب، والمثال الآخر الحساب الوهمى للقوات المسلحة الثورية الكولومبية والذى انشأته القوات المسلحة الثورية الكولومبية وهي حركة حرب عصابات تأسست أصلا في عام 1964 لحماية الفلاحين ضد سياسات كبار ملاك الأراضي، لكنها تحولت لتكون منظمة دولية تسيطر على تجارة المخدرات في كولومبيا ، في الواقع ، فبرغم ان هذه الحسابات تتيح حسابات ساخرة إلا أنها توفر فرصة للاحتيال ، بشكل يدعم اتشار حركات التمرد، وغيرها من أشكال العمل الجماعي الذى يستهدف القيام باعمال تخريبية وهدامة(44) .

وخلاصة القول أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد أداة للتواصل الاجتماعي كما يوحي به إسمها، ولكنها أصبحت أيضاً أداة قوية في يد الشعوب الباحثة عن الحرية والإصلاح والتغيير السياسي، وقد يكون صحيحاً أن الشبكات الاجتماعية ليست هي السبب الوحيد في قيام ثورات الربيع العربي، ولكنها جعلت الثورات ممكنة وعجلت بها، كما أنها منحت تلك الثورات القدرة على النمو وأكسبتها مزيداً من التأييد والتعاطف داخلياً ودولياً بشكل ما كان له أن يحدث بدونها، لقد نجحت الثورات العربية حتى الآن ومنذ بداية عام 2011 في إسقاط أربعة رؤساء حكموا دولهم بقبضة من حديد وهم زين العابدين بن علي وحسني مبارك ومعمر القذافي وعلى صالح ، ولم تتمكن كل أشكال العنف والقمع من إيقاف تلك الثورات ، لإن كل محاولات قطع خدمات الإنترنت والتي مارستها الأنظمة في تلك الدول لم تتمكن من إيقاف تدفق المعلومات سواء بين الجماهير الساخطة أو إلى خارج الحدود لتعريف العالم بحقيقة ما يجري.

فقد وفر الاعلام الاجتماعى لحركات التغيير بنية تحتية للمعلومات فتفاعل الأصدقاء وتشاركوا المظالم المشتركة وشاهدوا أشرطة فيديو يوتيوب و وتبادلوا النكت الساخرة حول النظم القمعية ، بطرق لم تتمكن الدولة من السيطرة عليها، وكانت هذه الوسائل بمثابة تحقيقات صحفية عن الفساد بمجهود المواطن العادى الذى يستخدم الإنترنت بطرق مبتكرة، وكان اليوتيوب الأكثر شهرة هو اليوتيوب الذى يرصد الفساد في تونس باستخدام زوجة الرئيس التونسي

الطائرة الرسمية للقيام برحلات تسوق إلى ميلانـو وبـاريس، فى دلالـة واشـارة إلى تأثير مواقع الإعلام الاجتماعي فى عمليـة الاتصـال السـياسي في الـدول العربيـة[45]. قأصبحت منتدى تتنافس فيه الاحـزاب السياسية،اليسـارية واليمينيـة، العلمانيـة والإسلامية، واداة للدعاية الانتخابية للمرشحين للانتخابـات الرئاسـية والتشريعيـة ومنتدى للحوار السياسي والمجتمعى حول القضايا السياسية والثقافية الهامة.

ولايزال لدى المتخصصين السياسيين والاستراتيجيين رؤية أكثر تفاؤلاًعن الدور الذي يمكن للاعلام الاجتماعي أن يلعبه في المسـتقبل عـلى صـعيد التغيـير الثقـافى السياسي والاقتصادى العربى ، حيث يؤكد العديـد مـنهم أن هـذا التغيـير سـيكون ملموساً خاصة على صعيد تعزيـز قـيم الديمقراطيـة واحـترام حقـوق الإنسـان في الوطن العربي، وزيادة تفاعل الشعوب العربية عبر الحدود بشـكل إيجـابى يـؤدى الى بعث الروح القومية من جديد والتواصل بشكل سريع حـول القضـايا العربيـة لاسيما الصراع العربي-الإسرائيلي، بل سوف يكون للشعوب العربية أيضاً دور كبـير في دعم نظام الأمن الجماعي العربي نحو إصلاح نظـام الجامعـة العربيـة وتعزيـز مواقفها إزاء الأزمات السياسية والاقتصادية العربية الراهنة.

هوامش الفصل الرابع:

[1] دوغلاس راشكوف :" من القرية العالمية إلى الجذور الشعبية: الإمكانات المدنية لوسائل الإعلام والرقمية" ، على الرابط التالى:

http://iipdigital.usembassy.gov/st/arabic/publication/2011/10/2011 1006161418x0.305885.html#ixzz2qkOSkEJD

[2] حمدى بشير محمد على : " الاعلام الاجتماعى والتحولات السياسية فى العالم العربى "، **مجلة سطور** ، العدد الرابع عشر ، تونس ، يناير 2013 ، ص 30

[3] د. السيد بخيت : " نحو صياغة مؤشرات تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الإجتماعي"، **ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية**"،الرياض :جامعة الملك سعود، إبريل 2012، ص ص 1- 20

[4] فيليب إن هوارد :"التأثير المستدام لوسائل الإعلام الرقمية على المجتمع المدني "،

http://iipdigital.usembassy.gov/st/arabic/publication/2010/02/2010 0203171800mlenuhret0.4904901.html#ixzz2qkMbkil5

[5] انظر:

Michael J. Rosenfeld and Reuben J. Thomas :"Searching for a Mate: The Rise of the Internet as a Social Intermediary , American Sociological Review ,American Sociological Association , 2012,pp. 523-547

[6] فيليب إن هوارد ، **مرجع سبق ذكره،**

http://iipdigital.usembassy.gov/st/arabic/publication/2010/02/2010 0203171800mlenuhret0.4904901.html#ixzz2qkMbkil5

[7] انظر :

Philip N. Howard and Muzammil M. Hussain :" the role of digital media",**Journal of Democracy**, Volume 22, Number 3 ,Johns Hopkins University Press,2012.p.36

[8] **انظر بالتفصيل :**

وزارة الخارجيـة الامريكيـة :"الانتخابـات الأميركيـة: وسـائل الإعـلام الاجتماعيـة" ،واشـنطن : وزارة الخارجيـة الامريكيـة ، مكتـب بـرامج الاعـلام الخـارجى ، مـايو 2012 ، ص ص 1- 5

[9] انظر :

[1] Suomen Toivo -Think Tank :"Social Media - The New Power Of Political Influence",Version 1.O Ari-Matti Auvinen, Brussels , Centre for European Studies ,2013,pp.20

[10]**Ideam**

[11] **فيليب إن هوارد** ،مرجع سبق ذكره،

http://iipdigital.usembassy.gov/st/arabic/publication/2010/02/2010 0203171800mlenuhret0.4904901.html#ixzz2qkMbkil5

[12] الأسد ديكتاتور في عصر إنستاغرام : ألأنظمة الشمولية عدو وسـائل التواصـل الإجتماعي.. والصين تنفق على مراقبة الإنترنت أكثر من التسلح ،

http://arabi21.com/a-10

[13] فيليب إن هوارد **مرجع سبق ذكره،**

http://iipdigital.usembassy.gov/st/arabic/publication/2010/02/2010 0203171800mlenuhret0.4904901.html#ixzz2qkMbkil5

[14] انظر:

Sean Aday and (others): New Media And Conflict After : The Arab Spring ,**PEACEW RKS** , Blogs And Bullets , Washington, DC : United States Institute of Peace,2012,pp.5-7

[15] انظر:

Ibid,pp.12-15

[16] انظر:

Philip N. Howard and Muzammil M. Hussain,**op.ct** ,p.38

[17] انظر:

Ibid ,p.48

[18] انظر:

Suomen Toivo -Think Tank, **op.ct**,pp.4-6

[19] انظر:

Alex Comninos:"Twitter revolutions and cyber crackdowns User-generated content and social networking in the Arab spring and beyond", Association for Progressive Communications (APC) ,June 2011),p.24

[20]**Ibid** ,p.10

[21]**Ibid** ,pp.14-17

[22]Philip N. Howard and Muzammil M. Hussain, **op.ct**, p.38

[23] انظر:

Paolo Gerbaudo: "the Kills witch' As 'Suicides witch': Mobilizing Side effects of Mubarak's Communication black out",In , Maha taki and lorenzo Coretti (eds) : The Role Of Social Media In The Arab Uprisings –Past And Present,Westminster Papers in Communication and Culture ,VOLUME 9 ,Issue2, University of Westminster, April 2013,p.32

[24] انظر:

Ibid pp. 30-32

[25] انظر:

Alex Comninos **,op.ct**, p.4

[26] انظر:

Ibid,4-6

[27] انظر:

Ideam

[28] ستيفن كوفمان: لا تطلقوا على اضطراب الشرق الأوسط "ثورة فيسبوك"، على الرابط التالى:

http://iipdigital.usembassy.gov/st/arabic/article/2011/03/20110304170016x0.5604016.html#ixzz2qkR5As8z

[29] انظر:

Mohamed Ben Moussa :"From Arab Street to social movements :Retheorizing Collective action and The role of Social media in the arab Spring, IN , ",In , Maha taki and lorenzo Coretti (eds) : The Role Of Social Media In The Arab Uprisings –Past And Present,Westminster Papers InCommunication and Culture ,VOLUME 9 ,Issue2,University of Westminster, April 2013,pp. 50-60

(30) انظر:

Ibid, pp. 58-60

(31) انظر:

Ibid,pp. 60-65

(32) انظر:

Ibid, pp.48-50

(33)**Ideam**

(34) انظر:

Jeffrey Ghannam: Social Media in the Arab World: Leading up to the Uprisings of 2011, A Report to the Center for International Media Assistance , Washington, D.C: The Center for International Media Assistance (CIMA) ,February, 2011,p.19

(35) انظر:

Paolo Gerbaudo: **,op.ct,** ,p. 37

(36) انظر:

Mohamed Ben Moussa **,op.ct,** ,pp. 58-60

(37) انظر:

Rob Schroeder, Sean Everton, and Russell Shepherd : "Mining Twitter Data from the Arab Spring, CTX Vol. 2 No. 4 ,**Special Issue :Social Media in Jihad and Counterterrorism ,Vol. 2, No. 4** ,

https://globalecco.org/mining-twitter-data-from-the-arab-spring

(38) انظر بالتفصيل:

وليد رشاد زكى : المجتمع الافتراضي – نحو مقاربة للمفهوم" **مجلة الديمقراطية**، القاهرة ، مركز الأهرام للدراسات الإستراتيجية ، إبريل 2009 .

[39] انظر:

Alex Comninos, **op.ct**,pp.24-26

[40] Suomen Toivo -Think Tank ,**op.ct**,p.10

[41] راجع صحيفة البلد : " دراسة بريطانية: التواصل الاجتماعي في مصر ساحة للشائعات والتحريض.. ومرسي والبرادعي وشفيق فشلوا في استخدام "فيسبوك وتوتير "، 2013/12/9.

[42] راجع : "الأسد ديكتاتور في عصر إنستاغرام : ألأنظمة الشمولية عدو وسائل التواصل الإجتماعي.. والصين تنفق على مراقبة الإنترنت أكثر من التسلح "،

http://arabi21.com/a-10

[43] جريدة المصرى اليوم :" الجيش السوري الإلكتروني يخترق حساب سكايب على تويتر" ، 2014/1/2.

[44] انظر:

Rob Schroeder, Sean Everton, and Russell Shepherd , **op.ct**,

https://globalecco.org/mining-twitter-data-from-the-arab-spring

[45] انظر:

Philip N. Howard and Muzammil M. Hussain, **op.ct** ,p.37

الفصل الخامس

الأبعاد الأمنية

الفصل الخامس

الأبعاد الأمنية

أستعرضنا فى الفصول السابقة الأبعاد الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية لظاهرة الإعلام الاجتماعى، وفى هذا الفصل سوق نتناول أهم المتغيرات والآثار الايجابية والسلبية لهذه الظاهرة على البيئة الأمنية، وذلك من منظور استراتيجي أمنى ، حيث يستهدف هذا الفصل التعرف على الفرص والافاق التى تتيحها مثل هذه التقنيات بالنسبة للأجهزة الأمنية ودوائر صنع القرار والحكومات ، وكذلك التعرف على التحديات والتهديدات الأمنية التى تمثلها تلك الظاهرة بالنسبة للأمن القومى الوطنى نتيجة صعوبة السيطرة الكاملة على الفضاء الرقمى ، وخاصة إذا كانت هذه الوسيلة تتيح التواصل عبر الحدود الوطنية ، ومن ثم احتمالات الاختراق من جانب أجهزة المخابرات والتنظيمات الارهابية للمجال الوطنى.

وإدراكاً لأهمية دور الإعلام الاجتماعى فى المجال الامنى فإننا سوف نبدأ باستعراض المزايا والإمكانيات التى تتيحها تلك الوسائل وكيف يمكن الاستفادة منها، ثم نعرض للتحديات والمخاطر على الأمن القومى، لا سيما مع تزايد استخدام أجهزة الاستخبارات الأجنبية والجماعات المتطرفة لهذه الوسائل من أجل الإضرار بمصالح الدول الأخرى، وخاصة فى الدول العربية ، على كافة الأصعدة الاقتصادية والأمنية والإستراتيجية ، بشكل يظهر الوجه الخفى لها، عندما تتحول لتكون سلاح فى يد الأجهزة التخريبية والجماعات المتطرفة، التى تستهدف النيل من الاستقرار السياسى والاقتصادى والمجتمعى ، الأمر الذى بفرض على المراكز البحثية والدوائر الحكومية الحيطة والحذر عند استخدام هذه الأدوات والوسائل الجديدة لتسهيل أداء الخدمات العامة.

أولاً: الدور الامنى للإعلام الاجتماعى:

يخيم على أروقة الجهات الأمنية فى كافة أنحاء العالم القلق من التهديدات التى تفرضها التقنيات الحديثة والمتغيرة فى التكنولوجية فى عالم الفضاء الالكترونى، فلقد تزايد اهتمام الأجهزة الامنية بضرورة مواجهة التصدى للجريمة الالكترونية واتخاذ الإجراءات الاستباقية حيالها لتفادى حدوثها،

وأصبحت وسائل الإعلام الاجتماعية ضمن دائرة اهتمام المراكـز الامنيـة والأجهـزة الشرطية، وتعكف الأجهزة الأمنية لـيس فقـط فى العـالم العـربى، ولكـن فى جميـع الدول على دراسة هذه الظاهرة وكيفية الاستفادة منها ، وبالفعل أنشأت العديـد من الأجهزة الشرطية لاسيما فى العالم العربى صفحات لها على الفيسـبوك للتفاعـل مع المواطنين ، وعـلى سـبيل المثـال الفصـحة الرسـمية لـوزارة الداخليـة المصريـة، والصفحة الرسمية للمجلـس العسـكري والتـى يسـتخدمها للـرد عـلى الشـائعات والاعلان عن موقف المؤسسة مـن القضـايا السياسـية المثـارة وتصـحيح المفـاهيم الخاطئة لدى الجمهور بهدف تحقيق الاسـتقرار السـياسى، وهنـاك أمثلـة عديـدة على استخدام الأجهزة الأمنيـة والمؤسسـات العسـكرية لمنصـات وسـائل التواصـل الاجتماعى فى الدول العربية للأغراض الأمنية ، وهو الأمر الذى يؤكد إدراك دوائـر صنع القرار لأهمية دور هذه الوسائل الجديدة.

وتركز الجهود الأمنية على استخدام وسائل الإعلام الاجتماعيـة بدرجـة أكـبر كأداة للتواصـل مـع الجماهـير في المسـتقبل، وقـد بـدأت بعـض الأجهـزة الأمنيـة بالفعل فى مختلف دول العالم باستخدامها فى جهـود البحـث والتحقيـق للحصـول على أدلة جنائيـة لكشـف الجـرائم والقـاء القـبض عـلى المجـرمين ، ومثـال ذلـك، تمكنت الشرطـة المصريـة عـن طريـق تتبـع حسـابات العصـابات الاجراميـة عـلى الفيسبوك وألقت القـبض عـلى العديـد مـنهم ، بـل أنشـأت العديـد مـن وزارات الداخليـة فى العـالم العـربى مواقـع لهـا عـلى الفيسـبوك للاعـلان والإفصـاح عـن المعلومـات للجمهـور مـن أجـل التوعيـة بـالأعمال الاجراميـة وتفنيـد الإشـاعات والأكاذيب التى تهدد الامن والاستقرار السلمى للمجتمع[1].

وفى الوقت الذى تواصل فيه الأجهزة الأمنية فى مختلـف دول العـالم العمـل على دراسة الاستفادة من الإمكانيات المتغيرة التى تتيحها شبكة الانترنت فى مجال مكافحة الجريمة وخاصة الجريمـة الالكترونيـة ، تبـدو حـذرة مـن مخـاطر البيئـة الرقمية فى مختلف المجالات الأمنية والسياسية والاقتصـادية وعـلى أمـن المجتمـع والدولة عموماً ، فهناك جرائم لا وجود لهـا إلا في العـالم الرقمـي، ولا سـيما تلـك التى تسـتهدف الكمبيـوتر الخـدمات عـبر الإنترنـت، واسـتخدام منصـات وسـائل الإعـلام الاجتماعـى لارتكـاب جـرائم مثـل الاحتيـال وسرقـة العلامـات التجاريـة،

والهجمات الإلكترونية على المنشاءت الحكومية ، التى تسعى الأجهزة الشرطية للتصدي لها[2].

ومن ثم يتوقع وجود أجهزة الشرطة على منصات مثل تويتر، الفيسبوك، ويوتيوب، حيث بدأت إدارات الشرطة استكشاف استخدام وسائل الاعلام الاجتماعية للحصول على المعلومات، وخاصة لأغراض تكتيكية، مثل جمع المعلومات حول أعمال الشغب، أو النشاط الإجرامي، والحشد للمظاهرات ، التى تهتم الأجهزة الأمنية برصدها من أجل قياس مزاج الجماهير،وتقييم ما إذا كانت تمثل تهديدات إجرامية ، وعلى سبيل المثال يمكن للشرطة في أعقاب أحداث الشغب اللجوء إلى مواقع الشبكات الاجتماعية لتحديد هوية الضحايا والشهود والجناة، بالوصول إلى صور شهود الجريمة ومرتكبيها ، ومن خلال أشرطة الفيديو، وغيرها من المعلومات حول الحادث، والتي يمكن أن تستخدم كخيوط وأدلة فى التحقيق الجنائى.

ولكن ثمة اشكالية أخرى هو أن الشهود ضحايا الجريمة يمكن أن ينقلوا بسرعة المعلومات حول مسرح الجريمة أو الفعل الإجرامي إلى العالم، وإعاقة قدرة المباحث للسيطرة على معلومات حول القضية، ومن ثم فان التحدي الاستراتيجي لرصد الشبكات الاجتماعية وتحويل البيانات إلى معلومات يمكن أن يكون مهمة شاقة للشرطة ، ولذلك ينصح الخبراء الاستراتيجيين والأمنيين جهات التحقيق عند استخدامهم تسجيلات الفيديو والصور للتحقيق في النشاط الإجرامي بالتعامل مع التدفق الكبير من المعلومات الواردة بحذر شديد ، فيجب الحفاظ على مستوى معين من الشكوك حول هذه المعلومات، فقد يستبعد الفيديو الأحداث التي حدثت مباشرة قبل أو بعد الأحداث التى صورت في الفيديو، مما يؤدى إلى استنتجات خاطئة، ويجب على جهاز الشرطة أيضاً أن يكون في حالة تأهب ضد حملات القصاص ضد الأشخاص الذين يقومون بتسجيل الفيديو أو غيرها من المعلومات المنشورة على وسائل الاعلام الاجتماعية عن الجريمة[3] .

دور الإعلام الاجتماعى فى إدارة الأزمات:-

لقد برز دور جديد للإعلام الاجتماعي في إدارة الأزمات و الكوارث وذلك لعدة أسباب ، أهمها، إنه يحقق مصداقية للمنظمة التى تعمل فى جهود الإغاثة، و يسمح بالتخاطب والشفافية في الوقت الحقيقي واستقبال ردود الفعل من الناس حول الأزمة، وكانت منظمة الصليب الاحمر أول من بدأت استخدام وسائل الاعلام الاجتماعية بعد إعصار كاترينا ، حيث كان عليها أن تجد طريقة أفضل للتواصل مع أفراد المجتمع، وقد بدأت العمل بانشاء غرفة أخبار عن الكارثة، وخلال حرائق الغابات في كاليفورنيا عام 2007، وقد اكتسب الصليب الأحمر القدرة على تصحيح المعلومات ، والقدرة على جمع جمع الأموال وجهود التطوعية ، وقد قامت بدريب المتطوعين والعاملين في المدونات وتشجعهم على نشر المعلومات خلال الأزمة، وهى ليست سوى مثال من أمثلة عديدة من المنظمات التى تستخدم وسائل الإعلام الاجتماعي للتواصل مع الجمهور خلال فترة الازمات والكوارث[4].

وقد أظهرت الأزمات الأخيرة، أهمية الاعلام الاجتماعى لمنظمات الاغاثة، حيث تسمح تكنولوجيا الإعلام الاجتماعي للمنظمات بالتواصل بالمعلومات (الجيدة أو السيئة) مباشرة ، ولذلك أهتم بعض الخبراء بتحديد استراتيجية شاملة لاستخدام ذلك النوع الجديد من الاعلام باعتباره وسيلة لفتح قنوات جديدة للتواصل والشفافية ، فينبغي البدء بوضع مبادئ توجيهية لاستخدام وسائل الاعلام الاجتماعية خلال الطوارئ، و ينبغي توفير الموارد المطلوبة قبل المضي قدماً، وينبغي على أولئك الذين يرغبون في دمج وسائل الاعلام الاجتماعية في برامجهم أن يبدأوا بخطة اتصالات في حالات الطوارئ ببطء، بتعليم وتثقيف أنفسهم و زملائهم بفوائد استخدام التكنولوجيا ، وبدء التجريب بوسائل الاعلام الاجتماعي بإقامة موقع داخلي لمركز المعلومات، والاستعداد لتقلى انتقادات منتقديها وتعديل رسالتها بناء على تعليقات الجمهور وردود الفعل على أخبارها، وينبغى على جميع مراكز عمليات الطوارئ أن تسعى جاهدة لنقل المعلومات الهامة ، والمواد ذات الصلة مثل الصور أو أشرطة الفيديو من موقع الحادث المرسلة بطريقة سريعة ، فيمكن أن يكون الفيديو أو الرسالة الصوتية المرسلة من مدير الوكالة مفيدة في تهدئة

الجمهور في حواددث الطوارئ، وأخيراً، ينبغـي التنبيـه بالمعلومـات بشـكل دورى ومتكرر أثناء الأزمة [5].

الفيسبوك ومخاطر اختراق الخصوصية:

لقد أشار العديد من المتخصصين والقانونين إلى العديد مـن المخـاوف بشـأن استخدام الفيسبوك على أساس انه يستخدم كوسيلة للمراقبة ، فقد تمكن طالبـان من معهد ماساتشوستس للتكنولوجيـا مـن تنزيـل مـا يزيـد عـن 70 ألـف ملـف شخصي من الفيسبوك باستخدام نص برمجـي يعمـل تلقائيـاً، كجـزء مـن مشروع بحث عن موضوع الخصوصية في الفيسبوك والذي نشر في 14 ديسـمبر مـن عـام 2005 ، كذلك، ثبت في شهر مايو من عام 2008، عندما أوضح برنامج كليـك عـلى قناة بي بي سي أنه يمكن سرقة البيانات الشخصية الخاصـة بمسـتخدمي الفيسـبوك وبأصدقائهم من خلال إرسال تطبيقات خبيثة [6].

ويرى الخبراء أن اتفاق موقع الفيسبوك ينص على: "ربمـا نسـتخدم البيانـات الخاصة بك والتي نقوم بجمعها من مصادر أخرى ومن بينها، على سبيل المثـال لا الحصر، الصحف ومصادر الإنترنت مثل المدونات وخدمات المراسلة الفورية ومـن مستخدمي فيسبوك الآخـرين مـن أجـل اسـتكمال ملفـك الشـخصي، وثمـة عبـارة أخرى تلقت نقداً شديداً فيما يتعلق بحق الفيسبوك في بيع بيانات المسـتخدم إلى الشركات الخاصة حيث ينص على: " قد نتبادل البيانات الخاصة بـك مـع أطـراف أخرى ومن بينها الشركات الجديرة بالثقة والتي نقـوم بالتعامـل معهـا"، ذلـك إن أية معلومات يقوم المستخدم بإدخالها إلى الموقـع وعـلى ملفـه الشـخصي سـتظل موجودة على وحـدات الخدمـة الخاصـة بـالموقع، وقـد أثـار هـذا الأمـر حفيظـة العديد من المستخدمين الذين كانوا يرغبون في حـذف حسـاباتهم بصـورة دائمـة، حيث أستشهدوا ببعض الأسباب التي دفعتهم إلى ذلك، كعدم القـدرة عـلى محـو الملفات الشخصية التي تتضمن بيانات محرجة أو شديدة الخصوصية، وذلك مـع دخولهم سوق العمل وخوفهم من أن يـتمكن أصـحاب العمـل مـن الوصـول إلى تلك الملفات[7] .

ويؤكد مدير موقع ويكيليكس جوليان أسانج أن الفيسـبوك أكـثر أداة تجسـس مرعبـة ابتكرهـا الإنسـان في تـاريخ البشريـة، وذلـك في حـوار لـه مـع شـبكة روسـيا اليـوم التلفزيونيـة بتـاريخ الخمـيس 2011/5/5 ، حيـث كشـف لهـذه الشـبكة أن

الموقع يعتبر أكبر قاعدة بيانات خاصة بالبشر حول العالم بما تضـمه مـن بيانـات عنهم وعن علاقاتهم وأقاربهم وعناوينهم وأعمالهم والعديد من البيانات الأخرى، التي أشار إلى أن جميعها يمكـن لوكالـة الاسـتخبارات المركزيـة الأمريكيـة الإطـلاع عليها والاستفادة منها على النحو الذي تـراه مناسـباً، واتهـم أسـماء كبـيرة في عـالم التكنولوجيا ، مثل ياهو وجوجل ، وجميع الشركـات الكـبرى الأمريكيـة، واعتبرهـا مجرد واجهات لوكالة الاستخبارات المركزية، وأن تلك الشركـات لا تـدار مـن قبـل الوكالة بل يـتم الضـغط عليهـا في كثـير مـن الأحيـان بصـورة قانونيـة أو سياسـية لتتعاون مع الوكالة،و أنه على جميع البشر حول العالم أن يـدركوا أن الاشـتراك في الفيسبوك يعني تقديم معلومات مجانية إلى وكالات الأمن الأمريكيـة، لـكي تقـوم بإضافتها إلى قواعد بياناتهم التي يضعونها لجميع البشر على وجه الأرض.

ويقول ديفيد كيركباتريك، مؤلف كتـاب تـأثير الفيسـبوك ان وسـائل الاعـلام الاجتماعية خلقت عالم جديد يتحـدى الخصوصـية، والملكيـة الفكريـة، فبالسرعـة التى أصبح بهـا الفيسـبوك جـزء لا يتجـزأ مـن الطريقـة التـي نتواصـل بهـا مـع الأصدقاء ، فقد آثار المخـاوف بشـان المخـاطر الأمنيـة، فـإن المجتمعـات الحديثـة تضيع بسبب أخطاء على الإنترنت مثل فقدان وظيفة أو إلغـاء منحـة دراسـية أو بسبب أن المستخدم لم يفكر مرتين قبـل أن يضـعها عـلى صـفحته، ويـرى أن مـن الأخطاء القديمة هي قبول أي طلب صداقة يستقبله المستخدم و،المشكلة في تلك المعايير الواسعة أنها تمكن هؤلاء الأفراد من معرفـة معلومـات عـن الفـرد ، وقـد يكون الوقت قد حان لاسـتبعاد الأشـخاص الـذين لا يعـرفهم، و لكـن لا يـنعكس ذلك على إدراكه ، ويقول: " إذا كنـا سـنقوم باسـتبعاد الجميـع فـيما عـدا الـذين نعتبرهم أصدقاء حقيقيون فإن أغلبنا سوف يقوم بإزالة ثلاثة أرباع من يسمونهم أصدقاء على فيسبوك ، ويعترف بأن الإبحار في إعدادات الخصوصية على فيسبوك يعتبر مثل محاولة حل لغز صيني [8].

وأحياناً يبدو التهديد الامنى مسألة نسبية تختلف من دولة لأخـرى ، وذلـك لاختلاف السياق الاجتماعى والقانونى ، والدليل على ذلك ، انه في إيطاليـا، تسـبب ظهور جماعات مؤيدة للمافيا فى حالة من القلق في الدولة، وهو ما دعا الحكومـة بعـد نقـاش قصـير إلى سرعـة إصـدار قـانون يلـزم مـزودي خدمـة الإنترنـت

بمنع الدخول إلى المواقع بأكملها في حالة رفض حذف المحتويات غير القانونية، ويمكن المطالبة بهذا الحذف من قبل المدعي العام في أية قضية يكون بها شبهة نشر قول جنائي سواء أكان دفاعاً أم تحريضاً على جريمة على أحد المواقع، وقد وافق مجلس الشيوخ على التعديل في 5 فبراير عام 2008، الأمر الذى أثار غضب موقع الفيسبوك وغيره من المواقع الأخرى، ومن بينها جوجل، باعتبار مثل هذا الاجراء انتهاكا لحرية التعبير[9].

وعلى العكس ، نلاحظ ان اختلاف السياق القانونى فى المانيا ، جعل الحكومة تهدد مارك زوكربيرج مؤسس موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، بغرامة مالية قدرها 20 ألف يورو، بسبب ملاحقة الشبكة الاجتماعية المستخدمين الألمان، الذين يعملون تحت حسابات مجهولة أو بأسماء مستعارة وبحسب تقرير نشرته صحيفة جارديان، قال مفوض حماية بيانات الدولة الألمانية إنه على إدارة فيسبوك عدم ملاحقة وحظر حسابات المستخدمين الألمان الذين يستعملون أسماء مستعارة، وإلا سيتم فرض غرامة مالية على مؤسس الشبكة، وأشارت هيئة حماية البيانات إلى أن المستخدمين الألمان اضطروا لتقديم هوياتهم الحقيقية على الشبكة، الأمر الذي يعتبر خرقًا للقانون الألماني، الذي ينص على أحقية استخدام مواطني الدولة لمواقع الإنترنت وشبكات التوصل الإعلامي بمطلق الحرية، وباستخدام أسماء مستعارة إن أرادوا ذلك، دون الحاجة لإبراز الهوية الحقيقية[10].

الإعلام الاجتماعى و تهديد الأمن القومى:

تشكل شبكة الانترنت ساحة خصبة لعمل رجال الاستخبارات فى العديد من دول العالم لممارسة الأنشطة الخاصة بهم كتجنيد الجواسيس وسحب المعلومات ، حيث تأتى التهديدات الأكثر خطورة من الفضاء الإلكتروني ،وتستهدف المساس بالمؤسسات العسكرية والصناعية والاقتصادية، حيث يمكن للقراصنة نشر المعلومات المضللة، وتعطيل الخدمات الأساسية أو الحصول على ميزة في أوقات التوتر ، من خلال استخدام البرمجيات الخبيثة، وبالفعل تنشط أجهزة الاستخبارات الأجنبية اليوم في الفضاء الإلكتروني على نحو متزايد، ويقوم الإرهابيون بنشر الدعاية، وجمع الأموال والتواصل مع المؤيدين المحتملين[11] .

لقـد ركـزت الأجهـز الاسـتخباراتية فى بعـض الـدول مثـل الولايـات المتحـدة واسرائيل اهتمامها على استخدام وسائل التواصل الاجتماعى كاداة للحصـول عـلى المعلومات ، وخاصـة بعـد ثـورات الربيـع العـربى ، لتجعـل مـن الانترنـت ميـداناً للسـباق بـين الموسـاد وأمـان والشـاباك للتجسـس عـلى الـدول العربيـة وسـحب المعلومات وصولاً إلى إستقطاب الشباب ، وأنشأت بالفعل كيانات للحصـول عـلى المعلومات والتجنيد من خلال أسلوب جديد وهـام في عـالم الجاسوسـية الحديثـة وهوالتجنيد والسيطرة عن بعد، ومن ثم فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أحد ساحات وحلبات الصراع بين اجهزة المخـابرات فى العـالم ، وقـد لاحـظ مـدير موقع ويكيليكس جوليان أسانج مؤخرا أن شبكة الإنترنـت ليسـت أداة تسـتخدم فقط من أجل الانفتاح و الشفافية ، بل هى أيضاً أعظم آلة للتجسـس في العـالم ، وتعمل كجهاز مراقبة من خلال منصات الشـبكات الاجتماعيـة مثـل الفيسـبوك ، الذى هو بمثابة قاعدة بيانات عن الـبشر فى العـالم ، حيـث تـوفر معلومـات عـن هوية الشخص، ومكان الإقامة والعمل ، الصور، و الأصدقاء ، ويمكن اخـتراق تلـك المواقع بنظم وأوامر لاسترجاع المعلومات من الفيسبوك عن اى شخص[12].

اختراق أجهزة المخابرات الأمريكية عبر الإعلام الاجتماعى:

لقد كشفت العديد من الصـحف العالميـة عـن تفاصـيل بـرامج التجسـس الأمريكية، وكشفت وثائق سرية جديدة عن نظام أمريكي تجسس جديد تم من خلاله جمـع بيانـات عـن أكـثر مـن 181 مليـون مسـتخدم لخـدمات "جوجـل" و "يـاهو"، وذلـك عـبر اعـتراض البيانـات عـن كـابلات الأليـاف البصريـة التـي تسـتخدمها الشركتـان، وأعلنـت الحكومـة الألمانيـة عـن إغـلاق مراكـز تبـادل المعلومات المرتبط عبر كابل الإنترنت العالمي، لتوقف الاتصال بالعـالم الخـارجي، وتضع أسلوباً تقنياً جديداً يوفر للمستخدمين الإنترنـت ولكـن بشـكله الـداخلي، لحماية معلومات شبكات الإنترنت الواردة والصـادرة لها،وأكـدت كـبرى شركـات الاتصالات في ألمانيا سعيها إلى تنفيذ مشروع ضخم يهدف إلى حماية مسـتخدمي الإنترنت داخل ألمانيـا مـن التجسـس الإلكـتروني الأمـريكي[13] ، وكانـت الخطـوة الأولى لشركة "تيليكوم" الألمانيـة في التصـدي للتجسـس الأمـريكي، بإنشـاء نظـام بريد إلكتروني داخلي مشفر، يقوم عـلى تبـادل البيانـات عـبر مخـدمات داخليـة

حصراً، بعد أن كشفت الوثائق المسربة من وكالة الأمن القومي الأمريكية، أن ألمانيا هي أكثر دول الاتحاد الأوروبي تعرضاً للتجسس الأمريكي، وكشفت إحدى الوثائق ان وكالة الأمن القومي الأمريكية استطاعت جمع بيانات من ضمنها بيانات رسائل إلكترونية ونصوص وملفات صوتية وأشرطة فيديو ابرزهم المستشارة الألمانية والرئيسة البرازيلية ديلما روسيف[14].

وقد كشفت صحيفة ليموند الفرنسية أن الولايات المتحدة قد قامت بالتجسس على ملايين المواطنين الفرنسيين، وقالت الصحيفة: إن وكالة الأمن القومي الأمريكية قامت بتسجيل 70 مليون بيان هاتفي- اتصال أو رسالة قصيرة- للفرنسيين طوال ثلاثين يوماً ما بين 10 ديسمبر/كانون الأول 2012 إلى 8 يناير/كانون الثاني،2013 بحسب وثائق سربها العميل السابق في الوكالة الأمريكية إدوارد سنودين ، وهذا ليس معناه أن التجسس الأمريكي يقتصر على هاتين الدولتين فقط، بل يشمل مختلف دول الاتحاد الأوروبي ودول العالم[15].

حيث تخترق وكالة الأمن القومي ومكتب التحقيقات الفيدرالي الخوادم الرئيسة لتسع شركات إنترنت أميركية كبرى بشكل مباشر، وتقوم باستخلاص محادثات مسموعة ومرئية وصور فوتوغرافية ورسائل بريد إلكتروني ووثائق وسجلات اتصال تمكن المحللين من تعقب أهداف أجنبية، وتقوم بسرقة أسرار وفك شفرات، وقد اعتادت أن تكون شراكات تساعدها في تحويل مسار حركة البيانات أو تخطي الحواجز. واذا لم تكن مواقع مثل الفيسبوك على الإطلاق قد كانت موجودة من قبل، فمن غير المحتمل أن تكون هناك كنوز من المعلومات القيمة أكثر ثراءاً منها، حيث تستخلص وكالة الأمن القومي المعلومات بشكل مباشر من خوادم مايكروسوفت وياهو وجوجل وفيسبوك وسكايب ويوتيوب وغيرها ، وقد تم إطلاق برنامج بريزم من بقايا برنامج الرئيس جورج بوش الابن للمراقبة المحلية من دون إذن قضائي في عام 2007، وقام بريزم بتوظيف أول شركائه، شركة مايكروسوفت، وبدأ ست سنوات من عملية جمع بيانات متنامية بسرعة ، وقد ذكر مدير الاستخبارات ، جيمس كلابر، أن المعلومات التي تم جمعها في إطار هذا البرنامج تعتبر من بين أهم وأقيم المعلومات الاستخباراتية الأجنبية التي تم جمعها[16].

إن التسريبات بشأن عمليات وكالة الأمن القومي أدت إلى قلق حقيقي داخل وخارج الولايات المتحدة ، والأمر الأكثر دهشة هو كشفت صحيفة تليجراف البريطانية، مؤخراً عن شراء وزارة الدفاع الأمريكية (البنتاجون) لبرنامج جديد للتجسس على مواقع وشبكات التواصل الاجتماعى، حيث يقوم البرنامج باصطناع هويات مزيفة للدخول على هذه المواقع يتسلل عن طريقها إلى المستخدمين ، وقالت الصحيفة أن البرنامج الذى طورته شركة إن تريبيد فى سان دييجو بلغت تكلفته 2.7 مليون دولار ويسمح بالقيام بتسجيل حسابات بهويات متعددة على الإنترنت والانخراط فى محادثات واتصالات إلكترونية ،و يمكن البرنامج المشغلين الإلكترونيين من القيام بإدارة عدد من الحسابات الإلكترونية المختلفة من نفس محطة العمل دون الخوف من اكتشافهم بواسطة منافسين متطورين، والأكثر دهشة أن البرنامج مصصم باللغات العربية والأردية والبشتوية.

وإلى جانب برنامج ، بريزم يوجد على الأقل ثلاثة برامج حكومية أخرى تشرف عليها وكالة الأمن القومي، وهذه البرامج هي: ماينويMAINWAY، ونيوكليون NUCLEON ، ومارينا MARINA، وعلى الرغم من أن الولايات المتحدة الأمريكية قد أعلنت أن هدفها من التجسس على الأجانب هو مكافحة الإرهاب وضمان الأمن القومي بشكل عام، إلا أن هذه البرامج ليس سوى جزء من الآلة الضخمة للتجسس ، بقدرات مذهلة تمكن وكالة الأمن القومي ومكتب التحقيقات الفيدرالي من الوصول إلى الخوادم الإلكترونية لشركات مثل سكايب ومايكروسوفت وياهو والفيسبوك وجوجل وأبل، وهذا يعني ميجابايتات من المعلومات حول عمليات تسجيل الدخول وكلمات المرور و المراسلات بين الناس في ملفات للصوت والصورة، وبيانات شخصية على الشبكات الاجتماعية [17].

فهناك جيوش وهمية على الانترنت على منصات متعددة ، تستخدم تلك البرامج لمراقبة ورصد المستخدمين ، وقد استخدمت في أذربيجان من أجل مراقبة النشطاء ، ونشر الدعاية المؤيدة لغزو العراق، ويمكن أيضاً أن تستخدم لنشر الخوف و التضليل [18].

ومن أهم الدراسات الاستراتيجية والهامة فى ذلك الصدد ، الدراسة التى أجراها مجلس البحر الأبيض المتوسط للدراسات الاستخباراتية "MCIS" ، حيث وجد أن وسائل الإعلام الاجتماعى تستخدم لجمع معلومات مخابراتية تكتيكية، حيث يتم تفسير ما يتم عرضه على شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، تويتر، يوتيوب، ومجموعه أخرى من الشبكات الاجتماعية ، التى تستخدم من قبل وكالات الاستخبارات كقنوات لاكتساب معلومات لا تقدر بثمن، وقد طلبت القوات الجوية الأمريكية تزويدها ببرامج لإدارة الجيوش الوهمية والمزيفة في وسائل الإعلام الاجتماعية، وتسعى وزارة الدفاع الأمريكية للتلاعب بوسائل الإعلام الاجتماعية لأغراض الدعاية [19] .

فمن خلال تلك الوسائل تقوم الولايات المتحدة بتدريب الناشطين الأجانب لاستخدامهم لزعزعة الاستقرار في بلدانهم الأصلية، ويرى بعض الخبراء أن وكالة المخابرات المركزية تدعم التمرد السياسى فى العديد من الدول بهدف تغيير نظمها الحاكمة، مثل الصين وإيران وروسيا، والمثال على ذلك ما يسمى بمؤتمر المعارضين على الانترنت ، وتقول اللجنة المشتركة بين البلدان الأمريكية لحقوق الإنسان (IACHR) إن تدريب الناشطين من قبل منظمات المجتمع المدني غير الحكومية هو وسيلة لزعزعة استقرار الدول العدوة لأمريكا سياسياً، كما أن تجمع "المعارضين أو المتمردين على الانترنت" هم أيضاً أدوات تستخدم من قبل وكالات الاستخبارات للعمليات السرية[20].

وتستخدم أجهزة المخابرات الأمريكية وسائل الإعلام الاجتماعية لتتبع كل شيء من الرأي العام المحلى والعالمى ،ولتقديم تقارير المعلومات للبيت الأبيض، من مقالات في الصحف وما ينشر على مواقع الفيسبوك، والقنوات الإخبارية التلفزيونية والمحطات الإذاعية المحلية، وغرف الدردشة على الإنترنت، وقد أفادت وكالة اسوشيتد برس بانهم يعتمدون على تحليل المعلومات التى تنشرها صحيفة محلية أو محادثة هاتفية يتم اعتراضها سراً و من هنا يقدمون صورة إلى البيت الأبيض، وتقول المتحدثة باسم وكالة المخابرات المركزية جنيفر يونغبلود : " البحث في وسائل الإعلام الاجتماعية في الخارج هو مجرد جزء صغير مما يفعله هذا التنظيم الماهر " ، وتقول :" بدأ التركيز على وسائل الإعلام الاجتماعية بعد مشاهدة تأثير تويتر الذى هز النظام الإيراني خلال عام 2009، عندما أحتج

الآلاف على نتائج الانتخابات التي أبقت الرئيس الإيراني محمود أحمدي نجاد في السلطة، حيث تعتبر اللغة الفارسية ثالث أكبر لغة موجودة على مواقع وسائل الاعلام الاجتماعي [21].

والمثال الهام فى ذلك الصدد ، هو متابعة وكالة المخابرات المركزية منصة التويتر لإعطاء البيت الأبيض صورة عن الرأي العام العالمي ، والتعرف على المزاج العام ورد الفعل في المنطقة العربية على الغارة التي قتلت فيها البحرية الأميركية أسامة بن لادن، وكذلك الحال عندما عندما ألقى الرئيس أوباما خطابه عن الشرق الاوسط، حيث جاءت الردود السلبية خلال 24 ساعة من تركيا ومصر واليمن والجزائر و الخليج العربي وإسرائيل أيضاً،حيث أعتبرت تويتات المتحدثين باللغة العربية و التركية أن أوباما يفضل إسرائيل ، في حين نددت التويتات العبرية بالخطاب وأعتبرته مؤيد للعرب، وفي الأيام التالية، جاءت الردود فى وسائل الإعلام التقليدية الرئيسية بنفس النتيجة ، كما قامت المخابرات الأمريكية بتحليلها و قراءتها من خلال عملية مقارنة النتائج التى تم التوصل اليها من خلال وسائل الاعلام الاجتماعية بالتقليدية، بهدف التوصل الى نتائج أكثر دقة، وبالتالى أصبحت مواقع مثل الفيسبوك و تويتر مورداً رئيسياً للمعلومات ومتابعة الأزمات السياسية من قبل أجهزة المخابرات من أجل التحرك بسرعة، ويقول الخبراء أن الجيل القادم من وسائل الاعلام الاجتماعية ربما يكون مغلقاً ، حيث تكون شبكات الهاتف المحمول للمشتركين فقط، مثل تلك التي تستخدمها طالبان لإرسال رسائل لأتباعها في أفغانستان وباكستان، فهذه الشبكات لا يمكن اختراقها إلا عن طريق المخابرات الأمريكية [22].

وعلى أبة حال ، فإن الأساليب الأمريكية فى التجسس لا تتوقف عن حد معين أو أداة محددة ، فهى متطورة بتطور التكنولوجيا ، وهذا لا يعنى أن الولايات المتحدة هى وحدها من بين دول العالم التى تستخدم مثل هذه الوسائل بحرفية ومهنية متفوقة ، ولكن الوثائق التي استولى عليها أدوار سنودن المتعاقد السابق مع وكالة الاستخبارات الأمريكية قد كشفت بالفعل عن أن الحكومة البريطانية تستطيع مراقبة الكابلات التي تحمل المعلومات عبر شبكة الانترنت أيضاً، وتتجسس على ما يفعله الأفراد عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدون معرفة أو موافقة المستخدمين والشركات صاحبة تلك المواقع، وأن الأجهزة

الاستخبارية البريطانية عرضت للأجهزة الأمريكية برنامجاً إرشادياً عام 2012 يقوم بمراقبة موقع اليوتيوب وجمع معلومات من مليارات الفيديوهات التي تعرض يومياً على الموقع وكذلك معلومات عن أصحابها لتحليلها، ويستطيع هذا البرنامج مراقبة مواقع مثل الفيسبوك وتويتر، وقال المتحدثون باسم شركات جوجل والفيس بوك أنهم لم يكونوا على علم بقيام بعض الحكومات بمراقبة تلك المعلومات كما لم تحصل الحكومات على موافقة منهم1.[23]

اختراق الموساد الاسرائيلى عبر الإعلام الاجتماعى:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مرتعاً لضباط الموساد والأجهزة الصهيونية لتجنيد عملاء جدد فيما يعرف بالتجنيد عن بعد ، و يرى العديد من المحللين أن الحكومة الإسرائيلية تعتبر من أوائل الدول استخداماً للمدونات إضافة إلى توظيفها لتويتر والفيسبوك إلى درجة أنها أعتبرتهما من أدوات الحرب التي لا غنى عنها.

وقد كشفت صحيفة ليموند ديبلوماتيك في عددها الصادر في سبتمبر2010، عن وجود أكبر محطة تجسس إسرائيلية فى العالم في صحراء النقب للتنصت على المنطقة، وتحديداً في منطقة أوريم (وتعنى بالعبرية אוּרִים ، " أضواء) جنوب إسرائيل على بعد 30 كيلومتراً من مدينة بئر السبع ، حيث أن حواسيب هذه المحطة ومعداتها مبرمجة لتمييز الكلمات وأرقام الهواتف من خلال المحادثات الهاتفية والرسائل الإلكترونية والبيانات التي يتم التقاطها، وإرسالها عبر الأقمار الاصطناعية وكابلات الاتصالات البحرية الموجودة في البحر الأبيض المتوسط، فللمحطة القدرة على جمع المعلومات الإلكترونية، ورصد اتصالات الحكومات والمنظمات والشركات والأفراد على حدّ سواء،كما ترسل المعلومات التي يتم جمعها إلى وحدة 8200 ، في مدينة هرتسليا شمال تل أبيب، لتتم ترجمتها وتحويلها إلى وكالات أخرى من بينها مؤسسات الجيش والموساد الإسرائيليين[24].

وقد اتجهت أجهزة الاستخبارات الإسرائيلية منذ عام 2011 وعقب ثورات الربيع العربى إلى الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعى من أجل تجنيد الشباب العربى واستدراجهم للحصول على معلومات، حيث يتم تجنيد بعض الشباب دون أن يعلم أنه مجند ثم يتم ابتزازه، وقد كشفت جريدة الدستور

المصرية طرق ضباط الموساد القذرة لتجنيد الشباب بعد فشل الاستخبارات الإسرائيلية فى توقع ثورات الربيع العربى ليتسابق الموساد وأمان والشباك الإسرائيلي فى التجسس على مصر، واستقطاب شباب من قليل الوعى ليعملون عملاء لإسرائيل دون أن يدروا.

وقد أعترفت بذلك العديد من وسائل الإعلام الإسرائيلية، عندما كشفت عن وحدة "حتساق" التابعة للاستخبارات العسكرية أمان والمتفرعة من الوحدة 8200 ، والتى تشكلت عقب اندلاع الثورات العربية، لرصد مواقع التواصل الاجتماعي، ودراسة المعلومات الواردة على المواقع الاجتماعية وعمل تقدير موقف دوري، وتضم تلك الوحدة خبراء في الهندسة الاجتماعية وفي اللغة العربية، لديهم القدرة على انتحال شخصيات تمثل الثوار، بالإضافة لصناعة علاقات غرامية، وإقامة علاقات وفق الاحتياج ، وبالفعل ظهر فى الآونة الأخيرة نوعاً من التكاثف الإسرائيلي على شبكات التواصل الإجتماعى المصرى عبر الفيسبوك وتويتر، ومنهم شخصيات عامة كالمتحدث بإسم رئيس الوزراء الإسرائيلي باللغة العربية، والمتحدث بإسم جيش الاحتلال، وصحافيين من كبرى الصحف الإسرائيلية والمعروفة بضمها لعدد كبير من ضباط الموساد كصحيفة يديعوت آحرونوت ومعاريف، وشخصيات إسرائيلية أخرى مجهولة الهوية بهدف مراقبة الشباب المصرى واختراق فكرهم والتواصل معهم وإستقطاب البعض منهم للكتابة عن الشأن المصرى الداخلي فى كبرى الصحف الصهيونية مثل يديعوت آحرونوت ومعاريف.

وقد كشف "مؤتمر هرتسليا" قبل الأخير والذى تعقده إسرائيل كل عام لمناقشة ما يعرف " بمناعة الأمن القومى الإسرائيلي" للبحث فى القضايا التى تشغل بال وفكر الأمنين الإسرائيلين، حيث تقرر حتمية ابتكار أساليب حديثة ووحدات للحصول على المعلومات والتجنيد من خلال أسلوب جديد ومهم فى عالم الجاسوسية الحديثة وهو التجنيد والسيطرة عن بعد، حيث تحاول شخصيات إسرائيلية عديدة على فيسبوك وتويتر التواصل مع الشباب العربى بطرح التساؤلات دائماً حول الحياة السياسية فى مصر و مستقبل العلاقات بين مصر وإسرائيل وحتى كل الأحداث العادية التى تجرى فى الشارع المصرى من أجل نوايا خفية.

وقد تعرض بعض الشباب المصرى بالفعل لمحاولات فاشلة لإستقاطابهم للحديث عن شئون داخلية مصرية لجمع المعلومات، ، وخاصة الشباب من دارسي اللغة العبرية والناطقين بها، ومن أمثلة تلك الصفحات العبرية على الفيسبوك، صفحة "حديث السلام" وبالعبرية تنطق "ميدبرييم شلوم" و " متحدثى اللغة العبرية " و" اللغة العبرية لغه جميلة "، وغيرها من الصفحات التى يسيطر عليها غالبية صهيونية منتحلة شخصيات أساتذه فى الجامعات العبرية الكبرى كجامعة تل أبيب و بئر سبع وبن جريون ، حيث تستخدم أسلوب طرح إشكاليات بعينها على تلك الصفحات ، وعلى سبيل المثال ، ما رأيكم فى حكم الأخوان؟، ما تقديرك لمستقبل العلاقات المصرية الإسرائيلية بمقتضى كمب ديفيد؟، وكل هذه التساؤلات تقوم الأجهزة الإسرائيلية المختصة بتحليلها ووضعها ضمن تقديرات مواقف وإستطلاعات لدراسة الوضع فى مصر، وقد كشف عدد من الشباب المصري خاصة من الدارسين للغة العبرية بالفعل لوسائل الإعلام المصرية عن قيام شخصيات صهيونية بمحاولات لتجنيدهم في الاستخبارات عبر شبكة الفيس بوك مستغلين في ذلك حاجة هؤلاء الطلاب لإتقان اللغة العبرية ، وأوضح هؤلاء الشباب أن دولة الكيان الصهيوني علي مواطنين مصريين العمل لديها برواتب مجزية في ظل حالة البطالة التي تمر بها مصر.

ويرى العديد من المتخصصين السياسيين أن إسرائيل تتعامل مع شبكات الإنترنت بمنطق الجديه على عكس الشباب العربى الذى يتعامل معها من أجل الاستمتاع والترفيه ، فهى تستخدم ما يعرف بالسيرفرات التى تعمل على سحب المعلومات وجمعها فى حزم إلكترونية مقسمة على حسب الدولة على غرار مشرق عربى وقرن أفريقى وغيرها ، وعلى حسب المعلومة إذا كانت سياسية أو عسكرية أو دينية ، بهدف قياس الراى العام فى مصر ، حيث يعمل حوالى 42 ضابط إسرائيلي متخصيصن فى بناء وتكوين الشبكات الإلكترونية وانتحال الشخصيات العربية ومشاهير الساسة والفن فى الوحدة 8200 المنبسقة من وحدة التحقيق التابعة للاستخبارات العسكرية أمان بهدف إستقطاب الشباب العربى والتمكن من "التجنيد عن بعد" وتوريطهم كعملاء ومن ثم إبتزازهم واستخدامهم فى أغراض جاسوسية، وتنفق إسرائيل على تلك الواحدت الإستخبارتية الخاصة بالإنترنت أموال ضخمة جداً، بل ابتكرت

الأجهزة الإسرائيلية وسائل الكترونية دفاعية ، لاسيما ما يعرف بـالجيش الإلكترونى لحماية المواقع الحساسة من الهاكر والتصدى لعمليات سـحب المعلومـات وتلـك الوحدة هى التى تتصدى للحرب الإلكترونية الأخيرة التى شنت على إسرائيل مـن قبل مجموعات هاكرز دولية مختلفة[25].

وقد حذر العديد من المراقبين من سعى المخابرات الإسرائيليـة خـلال الفـترة المقبلة لتنظيم حملات تجنيد لعملاء جدد في الدول العربية ،وفسروا زيادة نشاط شبكات التجسس في الآونة الاخيرة إلى حالة عدم الاستقرار السياسي والأمني الذي تعيشه بعض الدول العربية ومنها مصر منذ ثـورات الربيـع العـربى ، الأمـر الـذي شجع تلك الشبكات على زيادة نشاطها، وأكـدوا أن مصر مسـتهدفة مـن الخـارج بدليل الكشف عن شبكات وجواسيس تتبع جهات متعددة وليس فقـط الموسـاد الصهيوني، والواقع أن هذا ليس بغريـب في ظـل الحـراك السـياسي الـذي تشـهده مصر بعـد الثـورة ، الأمـر الـذي يمثـل فرصـة ذهبيـة لأي جهـاز مخـابراتي لجمـع معلومات بسهولة كبيرة، وهذا يشسر قطعاً إلى ضرورة توعية الشباب عن كيفيـة التعامل مع المواقع الإلكترونية والحذر الشديد أثناء التعامل معهـا وعـدم تـداول المعلومات المهمة التي من الممكن أن تستغل في إطار استخباراتي وحتي لا يقعـوا تحت طائلة القانون .

إن الأدلة والتقارير التى كشفت عن هذا النشاط الاسرائيلى الجديـد عـبر وسائل التواصل الاجتماعى هى عديدة ولاتنقطع ، والتى تكشف عـن مراقبـة اسرائيل لكافة التطورات فى العالم العربى وبخاصة فى الدول المجـاورة عـبر تلـك الوسـائل الاجتماعيـة ، فعـن اهتمامهـا بمـا يجـرى فى لبنـان ، أشـارت دراسـة إسرائيلية، أصدرها "معهد أبحـاث الأمـن القـومي"، التـابع لجامعـة تـل أبيـب بعنـوان: "لبنـان : توجهـات ورأي في مواقـع التواصـل الاجتماعـي"، أن حـوالى 10 % من السكان الذين يستعملون شـبكات التواصـل الاجتماعـي (فيسـبوك، تويتر، مدونات، يوتيوب)، يميلون إلى قوى 14 آذار، وأن غالبية الذي يتواصلون عبر شبكات التواصل الاجتماعي هم من المذهب الإسلامي السـني، وأن رئـيس الوزراء نجيب ميقاتي، ورئيس فريق 14 آذار، سعد الحريري، يستعملان بكـثرة هذه الشبكات، ويقومان أيضاً بتوجيه رسائل سياسية في موضـوعات مختلفـة، ويستغلان الشـبكات للتـأثير عـلى الشـباب اللبنـاني في القضـايا الشـائكة التـي

تعصف بالبلاد، وأن الخطب الموجودة على شبكات التواصل الاجتماعـي في لبنـان تعكس تخوفاً متزايـداً مـن انـدلاع حـرب أهليـة ومـن الضـغوط القائمـة مـا بـين الطوائف ، وأن هناك تزايـداً كبـيراً في المعلومـات عـن وصـول كميـات كبـيرة مـن الأسلحة إلى مختلف الميليشيات في لبنان آتيـة مـن تركيـا وإيـران وسـورية وقطـر والسعودية، ويسود الشعور لدى المشاركين في شـبكات التواصـل الاجتماعـي بـأن لبنان بات يجلس على برميل بارود يكاد ينفجر في اى لحظـة، وأن الجـدل داخـل الشبكات الاجتماعية حول ضرورة نـزع سـلاح حـزب اللـه، والمليشـيات السـنية والفصائل الفلسطينية يتعاظم، وأن اللبنانيين يعبرون عـن شـعورهم بـأن الجـيش عاجز عن نزع السـلاح، لأن الأكثريـة السـاحقة مـن جنـوده ينتمـون إلى الطائفـة الشيعية، وينحازون إلى الطائفة وليس للجيش...إلخ.[26]

وقـد نقلـت مجلـة إسرائيـل ، تتخـذ مـن فرنسـا مقـراً لهـا ،أن المخـابرات الإسرائيلية تركز بشكل رئيسي على المستخدمين العرب و تستخدم المعلومات التي تحصـل عليهـا مـن خـلال صـفحات الفيسـبوك لتحليـل أنشـطتهم وفهـم كيـف يفكرون، وخاصة من الدول الواقعة ضـمن نطـاق الصراع الفلسـطيني الإسرائـيلي بالإضافة إلى دول في أمريكا اللاتينية ، ويقول جيرارد نيروكس ، أستاذ علـم الـنفس في جامعة بروفانس في فرنسا ومؤلف كتاب مخاطر الإنترنت، أن هناك عـدد كبـير من الرجال يستخدمون الموقع الشبكي لتكوين صداقات مع النساء وحذر من انها وسيلة غير آمنة ، فهى أفضل وسيلة لجـذب الرجـال واسـتغلال نقـاط ضـعفهم، فمن السهل جداً التجسس على الرجال الذين يبحثون عن النساء، ويقـول ليسـت هذه هي المرة الأولى التي تتهم فيها اسرائيل باستخدام الفيسبوك للتجسس[27].

بل، وفوق ذلك كلـه ، نشرت عـدة مصـادر أخـرى موثـوق بهـا- مـن بينهـا صـحف اسرائيليـة - تقـارير أوضـحت أن المخـابرات الإسرائيليـة تحصـل عـلى معلومات قيمة في الأنشطة السياسـية التـي تجـري في البلـدان العربيـة، ولم يعـد ضروريـاً لقـوات الاحـتلال اسـتخدام الأدوات التقليديـة للسـيطرة عـلى النـاس أو التحـريض عـلى الفتنـة ، فباسـتخدام الفيسـبوك تتسـلل للبنيـة الاجتماعيـة و السياسية فى أي بلد، وقد أكدت العديد من التقارير الدولية عـلى وقـوع العديـد مـن الأشـخاص فى فـخ التجنيـد كجواسـيس دون أن يـدركوا ذلـك عـن طريـق

تسجيل الدخول إلى غرفة دردشة والتحدث عن أي شيء مع شخص لا يعرف ما يكفي للقيام بهذه المهمة، ثم يتم جمع وتحليل المعلومات و استخدامها في مرحلة لاحقة.(28)

الإعلام الاجتماعى والتنظيمات الإرهابية :

إذا كان الدهاء السياسى والمكر المخابراتى قد نجحا أول الأمر فى إخفاء الحقائق وتمويهها على الكثيرين، فقد تكشفت تلك الحقائق جلية عارية، فأدركها كل باحث عنها. ولم تنتهي هذه الأساليب الماكرة فى استخدامها على أجهزة المخابرات بل الأشد خطراً ، هو تعلم التنظيمات الإرهابية المنتشرة عبر العالم لها.

فقد أثار انتشار الإعلام الاجتماعى أيضاً مخاوف جديدة لأجهزة الأمن للتعامل مع الفكر المتطرف ، فقد كيفت الجماعات الإرهابية البارزة التكتيكات و طورت الاستراتيجيات البعيدة المدى ، وأصبحت أكثر مهارة في الاستفادة القصوى من تكنولوجيات الاتصال التى أصبحت في متناول يدها، فاليوم يتم تجنيد العناصر الإرهابية عن بعد، وتوجيه الاستراتيجيات العالمية ليس فقط من خلال عمليات الإنترنت ومن خلال نظم من أشرطة الفيديو الدعائية الدعوة إلى تعميم العمل عبر منصات وسائل الإعلام الاجتماعية ، مثل الفيسبوك، يوتيوب، و تويتر (29).

وتستهدف الجماعات المتطرفة استخدام وسائل الإعلام الاجتماعى من أجل التجنيد عن بعد ، مما يؤدى إلى زيادة الأنشطة الإجرامية الإقليمية ، فقد طورت هذه الجماعات المتطرفة أساليب إصدار الأوامر والتعليمات لتصنيع العبوات الناسفة من خلال الانترنت ووسائل التواصل(30).

وبالتالى فإن التهديد الارهابى من خلال الإعلام الاجتماعي؛ يمثل أهم التحديات الأمنية أمام وكالات الأمن القومى ، فقد رفع مستوى التهديد الداخلي لمستوى لا يمكن التنبؤ به، فالاتجاه المتزايد لاستخدام الإعلام الاجتماعي كمنصة لتعليم صناعة العبوات الناسفة لشن الهجمات الإرهابية، علاوة على توسيع الرقعة الجغرافية أمام الجماعات الإرهابية و الشركات التابعة، تفر فرص أفضل للتواصل مباشرة مع الأتباع ، فالدور الذى تلعبه

وسائل الاعلام الاجتماعي هو أكثر ديناميكية عن الوسائل المستخدمة فيما قبل [31].

فاليوم ، يمكن للجماعات المتطرفة استخدام الرسائل الفورية للتواصل مع أي شخص، ونشر أشرطة الفيديو ، و تحرير الأخبار المحلية والأجنبية لتأجيج الغضب، ومن ثم أهمية تثقيف المجتمع حول كيفية استخدام الإرهابيين لوسائل الاعلام الاجتماعية لكسب التأييد و التحريض على العنف[32].

وقد نشرت بعض الجماعات بالفعل أشرطة فيديو تعليمية على الإنترنت لبناء أحزمة ناسفة ، ومتفجرات خارقة للدروع ، وهذه الوسائل بالتأكيد تسهل مهاجمة الأهداف في أي وقت أو في أي مكان ، وهذا النهج بلا شك يؤدى إلى صعوبة التنبؤ بالتهديدات المستقبلية بدقة بسبب وصول القدرات التقنية إلى ايادى الجماعات المتطرفة، ومن ثم يرى العديد من المحللين الاستراتيجيين أننا بصدد نوع جديد من التهديد الامنى ، لانه لم يكن يعتقد ظهور عنصر إرهابي متدرب ومتعلم دون السفر إلى أفغانستان وباكستان ، ولكن في الواقع الحالى، لايحتاج العنصر الارهابي إلى مغادرة المنزل ليصبح عنصر نشط يشارك في الهجمات الإرهابية، فعبر وسائل التواصل يمكنه تحقيق ذلك فقط دون الاضطرار إلى السفر إلى الخارج و المخاطرة بكشف وكالات الاستخبارات له، و من ثم أصبح من السهل إنشاء خلية إرهابية افتراضية مرنة يمكنها تبادل و نشر المعتقدات الأيديولوجية ، وجمع الأموال، ونشر المعلومات الخاطئة ، وتبادل التكتيكات الإرهابية، وتأجيج الرأي العام ضد المجتمع، وضد أي دولة بسهولة عما قبل، وبدرجة خطيرة تتطلب من الأجهزة الأمنية المزيد من الدراسة [33].

لقد تحولت وسائل الاعلام الاجتماعية لتكون شيئاً مرعباً، كوسيلة لتعليم صناعة القنابل والمتفجرات والعبوات الناسفة والقتل الجماعي والدمار في المدن و تدمير المرافق وقطاعات النقل، وقد أثبت التاريخ مأساة التقنيات الجديدة التي يستغلها الإرهابيون للتخطيط للهجمات ، لقد ظهر تأثير الإعلام الاجتماعى الأول من نوعه فى دولة الفلبين ، فقد أثارت مقاطع الفيديو ، والرسائل الصوتية بعض المتطرفين الذين أعلنوا ولاءهم لتنظيم القاعدة على الشبكات الاجتماعية ،وكشف تقرير للمخابرات الفلبينية عن المواد الاعلامية التى تحض على التطرف على موقع اليوتيوب و الفيسبوك ، حيث تشكلت بعض الخلايا

الارهابية من خلال الدردشة عبر الفيسبوك ، ولقد تحدثت بعض المواقع الغربية عن شخصية العولقي الذى أصبح نجم عالم الفضاء الإلكتروني لأنه كان متحدثاً بليغاً عبر وسائل الإعلام الاجتماعي، ويقول الخبراء الإستراتيجيون لقد تحولت المعركة مع الجماعات المتطرفة إلى ميادين جديدة فى العالم الافتراضي عبر وسائل الإعلام الاجتماعية.[34]

وخلاصة القول، إن التحليل الاستراتيجى والأمني لظاهرة الإعلام الاجتماعى الجديد بلا شك تبرز لنا الفرص والإمكانيات الايجابية التى يمكن الاستفادة منها فى المجال الأمنى ، فلم يعد من الممكن أن نعزل أنفسنا عن البيئة الرقمية المتغيرة ، الأمر الذى يتطلب تكيف الأجهزة الأمنية فى العالم العربى بطريقة مهنية واحترافية للاستفادة من الإمكانيات التكنولوجية الجديدة ، وعلى غرار ما تفعله الدول الغربية والمتقدمة ، لان الانعزالية تعنى التخلف والجهل بوسيلة ربما تكون مفيدة وخطيرة فى نفس الوقت لما لها من تداعيات خطيرة ينبغى الوعى بها ، حيث تبدو التهديدات والمخاطر أكثر إلحاحاً على الأجهزة الأمنية لدراستها وتحليلها ، فهذه الوسائل مصدر للبيانات والمعلومات ويمكن الاعتماد عليه فى التصدى للجريمة فى المجتمع ومكافحتها واتخاذ الخطوات الاستباقية لمنعها.

وفى نفس الوقت تحتاج الأجهزة الأمنية لمراقبة هذه الوسائل الجديدة بغرض حماية الأمن القومى، خاصة بعد اتجاه الأجهزة الاستخباراتية والجماعات الإرهابية فى استخدامها فى التجنيد لجمع المعلومات على الدول واستخدامها فى أوقات السلم والحرب ، وبالتالى لم تعد هناك حواجز وحدود إمام اختراق الأجهزة المخابراتية وأساليبها المتعددة فى تجنيد الجواسيس ، إننا أصبحنا أمام ظاهرة التخابر الالكترونى والجاسوس الالكتروني ، وهى ليست بجديدة ولكنها تكيفت مع واقع جديد ، هو واقع الإعلام الاجتماعى فى العالم الافتراضى او الفضاء الالكترونى، وبالمثل ليست هناك حواجز أمام الجماعات المتطرفة التى تسعى إلى تجنيد الأفراد والتى تستخدم مواقع التواصل الاجتماعى فى تحورها فى شكل جديد لتبث مواد من شأنها تعليم الجماعات المتطرفة كيفية تصنيع المتفجرات التى تهدد الأمن والسلام الاجتماعيين.

إن التصـدى للمخـاطر الأمنيـة عـبر وسـائل التواصـل الاجتماعـى هـو دور الأجهـزة الأمنيـة وأجهـزة الأمـن القـومى والـوطنى ، والمجتمـع ووسـائل الإعـلام التقليدية والجديدة من خلال التوعية ونشر الوعي بالأسـاليب الجديـدة لاخـتراق البيئة المجتمعية ،ولابد أن يدرك الجميع إن البيئة الرقمية المتغيرة وما تتيحه مـن إمكانيات متغيرة تعنى إننا أصبحنا نتعامل مـع كائنـات فضـائية رقميـة متغـيرة ، وهى أشبه بالفيروسات التى تتكيف مع الأدوية ، أو كالكائنات التى تتلون بألوان الطبيعة للتخفى عن الأنظار عند مهاجمتها " التكيف البيئى " ، وعلينـا أن نفهـم خصائصها حتى يمكننا تتطويعها لصالح الأمن العام والقومى ، وبالتـالى الاسـتفادة والاستخدام الحذر لهذه التقنيات ، وإذا كان العلماء قد استطاعوا الاسـتفادة مـن الطاقة النووية فى توليد الكهرباء والأغراض الصحية، على الرغم من انها تسـتخدم كسلاح عسكرى للفتك بالأعداء ، فـيمكن هـذه أيضـاً الاسـتفادة مـن هـذه الأداة الجديدة فى الأغراض الأمنية ، على الرغم من خطورتهـا للفتـك بـالمجتمع ، حيـث تعمل كأجهزة الكترونية حربية للتصنت على المجتمع واختراقه مـن الـداخل عـبر الأفراد وعن بعد ، ومن خلال المحادثة الالكترونية مباشرة ، وكأننا أصـبحنا نواجـه كائنات متخفية تنفذ إلينا من خلال هذا الفضاء الرقمى.

لقد أصبحت الصورة حقيقية اليوم ، ولم تعد فيلماً من أفلام الخيال العلمى التى كنا نشاهدها عبر شاشات التلفزة ، تبدو حقيقة لا يمكن إنكارها أو تخيلهـا ، أننا نتحدث إلى بشر فى ثياب رقمية تتحدث إلينا بلغة رقمية ، وإن هذه الأشـكال الجديدة والمتغيرة من التكنولوجيا ستسـتمر تطـل برأسـها وتنفـذ إلينـا مـن هـذا العالم والفضاء الإفتراضى ، وما لم تلتزم المجتمعات العربية بالرغبة الجادة فى تغيير وتعديل أفكارها وتصرفاتها مع المتغيرات المتلاحقـة عـلى أرض الواقـع ، فانـه مـن المتوقع أن تصل الأمور إلى الحد الذى تفقد فيـه هـذه المجتمعـات قـدراتها تمامـاً على التصدى للأخطار فى المستقبل، وعند هذا الحد فإن بقاء المجتمعـات كوحـدة سياسية متماسكة يصبح محلاً للشك .

هوامش الفصل الخامس:

(1) انظر:

Catherine Meszaros and Danielle Scism and (others): Implications of International Events on Homeland Security : A case Study of The Arab Spring ,White Paper , Prepared For Department of Homeland Security Office Of Science and Technology, Homeland Security Studies and Analysis Institute , June 2012,pp.8,9

(2) انظر:

Office of Community Oriented Policing Services ,U.S. Department of Justice :Social Media and Tactical Considerations For Law Enforcement,(Washington, DC: Police Executive Research Forum,and U.S. Department of Justice Office of Community Oriented Policing Services, May 2013),p.2

(3)Ibid p53

(4) انظر:

Sara Prentice and Ethan Huffman :" Social Media's New Role in Emergency Management Emergency Management and Robotics for Hazardous Environments" ,working Paper , Idaho National Laboratory ,March 2008,pp.1-3

(5) Ibid,pp.3-6

(6) انظر :

-Jones, Harvey; Soltren, José Hiram: "Facebook: Threats to Privacy ,Massachusetts Institute of Technology,2008

- "Identity at risk on Facebook". BBC,1/5/2008

- "Facebook Privacy Policy", Facebook,12/8/2007

(7) راجع :

- Eric Roper: "Employers, marketers and parents accessing Facebook database", GW Hatchet, 11/2005

- Chris Peterson: "Who's Reading Your Facebook?", The Virginia Informer, 13/2/2013

- Anita Ramasastry: "On Facebook Forever? Why the Networking Site was Right to Change its Deletion Policies, And

Why Its Current Policies Still Pose Privacy Risks", Find Law, 2008

(8) راجع لمزيد من التفصيل المرجع التالى :

David Kirkpatrick: The face book effect: The inside Story of the Company that is connecting the World,(NewYork: Simon Schuster,2010).

(9) راجع:

- Alan Johnston: "Italy tackles mafia-owned businesses " , BBC,22/1/203

(10) راجع : صحيفة المصرى اليوم :" ألمانيا تهدد مؤسس «فيس بوك» بتوقيع غرامة مالية بشأن الأسماء المستعارة "، 20132/1/8.

(11) انظر:

Office of Community Oriented Policing Services ,U.S. Department of Justice ,op.cit, p.55

(12) انظر:

Alex Comninos :"Twitter revolutions and cyber crackdowns User-generated content and social networking in the Arab spring and beyond", Association for Progressive Communications (APC) ,June 2011),p.20

(13) راجع : صحيفة الوقت، أمريكا تتجسس على 181 مليون مستخدم لـ "جوجل" و "ياهو"، 2013/11/1.

(14) راجع: دير شبيغل: واشنطن تجسست علي هاتف ميركل منذ2002 وآلاف الأمريكيين يحتجون بعد تجسس حكومتهم علي حياتهم الشخصية، صحيفة الأهرام،2013/10/28.

(15) راجع : صحيفة الخليج:" نفق التجسس الأمريكي" ، 2013/11/3.

(16) انظر: الشرق الاوسط :"برنامج سري يتيح لوكالات الأمن الأميركي الحصول على بيانات تسع شركات إنترنت كبرى".

(17) راجع : صوت روسيا : "لماذا تراقب أجهزة الاستخبارات شبكات التواصل الاجتماعي؟" ، على الرابط التالى :

http://arabic.ruvr.ru/2013_10_21/123170323/

(18) Ibid,pp.27-29

(19) انظر:

Joseph Fitsanakis : "Social Networking As A Paradigm Shift In Tactical Intelligence Collection",in : John M. Nomikos and Stefania Ducci (eds) : MCIS Year Book 2012 ,(Greece :Mediterranean Council for Intelligence Studies (MCIS), 2012),pp.25-25

(20) Ibid, pp.30-35

(21) انظر:

Anonymous :Israel uses Facebook to spy on Arabs and Muslims Al Arabiya, 09 November, available online at:

http://www.alarabiya.net/articles/2009/11/09/90711.html

(22)Ideam

(23) راجع : وثائق سنودن تكشف عن تجسس حكومة بريطانيا على مواقع التواصل الاجتماعى ، موقع جريدة اليوم السابع ، على الرابط التالى :

http://www.youm7.com/News.asp?NewsID=1477713#.UvNmq_vsqQA

(24) أنشئت قاعدة أوريم منذ عقود لتتابع المكالمات الهاتفية بين الدول،وسعت إلى تغطية الاتصالات البحرية، حيث تقوم هذه المحطات على ما يسمى بالنسق الاعتراض للأقمار الصناعية وهو عبارة عن شبكة من محطات التنصت في جميع أنحاء العالم، التي أنشئت في عام 1996 من قبل الولايات المتحدة وبريطانيا و كندا واستراليا و نيوزيلندا، وكانت الهواتف الفضائية المستخدمة من قبل سفن المساعدات المتجهة إلى غزة هدفا سهلا لهذه المعدات التكنولوجية ، حيث تعترض المكالمات عبر الهاتف ورسائل البريد الإلكتروني وغيرها، ثم تنقل إلى الوحدة 8200 - مقر المخابرات الإسرائيلية - في مدينة هرتسليا، شمال تل أبيب،

ويتم ترجمتها ونقلها إلى الجيش والموساد ، وتستهدف قاعدة أوريم العديد من الدول ، الصديقة والعدو، وهذه القاعدة هي مركز شبكة التجسس على الكابلات فى البحر الأبيض المتوسط وخاصة الكابلات التي تربط إسرائيل بأوروبا عبر صقلية، وهى واحدة من أكبر قواعد الاستخبارات في العالم، مثل محطة الولايات المتحدة Menwith فى الولايات المتحدة ، و يوركشاير فى المملكة المتحدة، و القاعدة البريطانية الرئيسية Morwenstow، وبالإضافة إلى القاعدة Frenchelon فى فرنسا، ولمزيد من التفصيل ، انظر المرجع التالى :

Nicky Hager :"Israel's omniscient ears", Le Monde diplomatique, September 2010

(25) Alex Comninos,op.cit, p.20

(26) لمزيد من التفصيل انظر المرجع التالى :

Rania Massoud : Internautes libanais, Israël vous suit... de près;

http://www.lorientlejour.com/article/767751/Internautes_libanais%2C_Israel_vous_suit..._de_pres.html

(27) انظر:

Anonymous, op.cit, available online at:

http://www.alarabiya.net/articles /2009/11/09/90711.html

(28)Ideam

(29) انظر:

Andrew Prempeh :"Social Media in the Era of Terrorism ,April 28, 2013.

http://www.foreignpolicyjournal.com/2013/04/28/social-media-in-the-era-of-terrorism/

(30) انظر:

Joseph Kunkle :"Social Media and the Homegrown Terrorist Threat" ,police shief,

http://www.policechiefmagazine.org/magazine/index.cfm?fuseaction=display&article_id=2692&issue_id=62012

(31) Ideam

(32)Ideam

(33)Ideam

(34) انظر:

Maria A. Ressa :"The New Battlefield: The Internet and Social Media",CTX Vol. 2 No. 4 ,Special Issue :Social Media in Jihad and Counterterrorism ,Vol. 2, No. 4 ,

https://globalecco.org/ctx-vol.-2-no.-4-article-1

خاتمـة

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثـة في منتصـف عقـد التسـعينات من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث انتشرت مواقع التواصل الاجتماعى وربطت الشعوب فى الداخل والخارج عـبر الفضـاء الالكـترونى ،ومهدت الطريق لكافـة المجتمعـات للتقـارب والتعـارف وتبـادل الآراء والأفكـار، فأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، فغيرت مضـمون وشـكل الإعـلام وخلقـت نوعـاً جديـداً مـن التواصـل هـو التواصـل الثنـائى بـين مستخدميها، أصبح تأثيرها متعدد فى كافة المجالات، لاسـيما المجـالات الإجتماعيـة والسياسية والاقتصادية والاجتماعية.

ويعتـبر ظهـور الإعـلام الاجتماعى،وبـاعتراف معظـم الخـبراء والمتخصصـين، خطوة مهمة في مسار التقدم الإنسـاني، إذ كسر احتكـار فئـة قليلـة مـن أصـحاب المال والنفوذ السياسي لعملية توجيه تفكير الناس، فلم يعد دور المواطن مقـتصراً على تناول وجبة جـاهزة مـن المـادة الإعلاميـة، بـل صـار ناقـداً ومشـاركاً، يحلـل ويوازن، ويشارك بالأفكار والأخبار، وبذلك سقط أسـلوب التلقـين وصـار الإنسـان متفاعلاً ومبادراً، مما يشير إلى قدرة هذا النوع مـن الإعـلام عـلى التـأثير في تغيـير ملامح العالم، ولكن فى الوقت نفسه علينا أن ننتبه لأجراس الإنذار التى تحذر من المخاطر والتحديات التى يمكن أن تواجه المجتمعات العربية فى مختلف المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والامنيـة ، فـإذا لم نـدرك وتفهـم هـذا التطـور التكنولوجى السريع الذى اجتاح العالم من شماله الى جنوبه ومن شرقه إلى غربـه ، فإننا ربما نتخلف عن مواكبة التطورات العالمية والتعامـل مـع التهديـدات التـى تطل برأسها من الفضاء الالكترونى.

ولعلنا نكون قد وفقنا فى أن نقدم للقارىء العـربى صـورة تقريبـة عـن هـذا التطور التكنولوجى المتسارع ، وآفاقه وتحدياته فى مجتمعنا فى مختلف المجالات، وهو ما ركزت عليـه الصـفحات والفصـول السـابقة، والتـى يمكـن مـن خلالهـا أن نستخلص النتائج والدروس والتوصيات التالية :-

أولاً : ظاهرة الاعلام الاجتماعى وانتشارها فى العالم العربى:

إن ما يمكن قوله بإيجاز عن ظاهرة الإعلام الاجتماعى هو أنها ظاهرة حديثة لم تتبلور بشكل كامل بعد، بسبب التطور المستمر فى تقنيات وسائل التواصل الاجتماعى وخصائصها المتغيرة، وأقل ما يقال عنها أنها أحد أشكال وتجليات ظاهرة العولمة فى عالمنا المعاصر التى نتجت عن الثورة الهائلة فى وسائل الاتصال وشبكة الانترنت، وباختصار فإن الإعلام الاجتماعى هو استخدام التقنيات الجديدة مثل: (الفيسبوك - تويتر - ماي سبيس - لايف بوون - هاي فايف - أوركت - تاجد - ليكند إن - يوتيوب وغيرها) للتواصل الاجتماعى بين الافراد والجماعات بدون أى حواجز مكانية أو زمنية أو جغرافية أو عرقية أو تمييزية أو قومية ....الخ .

فقد كان من أهم النتائج التى ترتبت على ظهور الإعلام الاجتماعى، كسر الحواجز الجغرافية والقيود السياسية، فشكل عامل ضغط على الحكومات فى مصر وتونس وليبيا واليمن، فبدأت تتجمع وتتحاور بعض التكتلات والأفراد داخل الشبكات الاجتماعية ليتبادلوا الرؤى المختلفة والمتقاربة، فكان من الصعب جداً على الحكومات الرقابة والسيطرة ، وهذا جعل من الإعلام الإجتماعى وسيلة فعالة جداً ليس فقط في تسهيل الحياة الإجتماعية وتوطيد العلاقات الإجتماعية وإنما فى التغيير السياسى والاقتصادى ، برغم العديد من التحديات الجتمعية والثقافية والسياسية والاقتصادية والامنية ، التى تتزايد مع النمو الدراماتيكي والمتزايد لاستخدام تلك الوسائل في العالم العربي الذي لم يعر أهمية لهذه المواقع قبل استخدامها من قبل الشباب الثائر في كافة البلدان العربية .

إن ثمة أسباب عديدة لهذا التحول الكبير نحو استخدام الاعلام الاجتماعى فى العالم العربى، وأحد أهم هذه الأسباب هو الحرية المطلقة التي يكفلها الإعلام الاجتماعى اليوم رغم المحاولات اليائسة لتقييده ، حيث لم يجد المواطن بديلاً عنه لنقل قضاياه والبحث عن المعلومات التي يوفرها من قلب الأحدث بالصوت والصورة والتي عجز الإعلام التقليدي عن نشرها إما بسبب الرقابة أو لعدم مصداقية الإعلام التقليدي وعدم حيادته في نقل المعلومة ، أو بسبب الأفضلية التي وفرها الإنترنت لهذا النوع من الإعلام.

لقد ساعد على هذا التغيير إحباط الشباب من السيطرة التي تمارسها الحكومات العربية في مجال تنظيم وتوجيه أنشطة الاتصال والإعلام، سواء في المجالات الاقتصادية (ملكية وسائل الإعلام - توفير موارد الاتصال)، أو في المجالات التشريعية (قوانين المطبوعات والتشريعات الإعلامية)، فضلاً عن تحكمها في المضامين والممارسات الإعلامية في إطار السياسات الإعلامية والاتصالية المعلنة والمستترة ومعاداتها للتعددية الفكرية والسياسية واحتكارها لمصادرالمعلومات وإصرارها على مصادرة الآراء المخالفة من خلال أجهزة الرقابة المتباينة الأشكال.

ومن ثم كان تمرد الفرد في المجتمعات العربية على الوجبة الإعلامية الجاهزة التي كانت تقدمها له وسائل الإعلام التقليدية الموجهة من قبل الدولة ، فأصبح الآن مشاركاً ومتفاعلاً ومحللاً لما يدور حوله من أحداث، يقدم الأفكار ويحلل الأخبار ويرد على بعض الآراء التي تتعارض مع مصالحه ويعقب على المفيد منها، ولا يسمح أبداً للنيل من كرامته أو التقليل من شأنه وشخصيته ودوره الفاعل في العملية الإعلامية رافضاً بذلك أسلوب التلقين الذي تعتمده وسائل الإعلام القديمة والرسمية.

ثانياً : الأبعاد الاجتماعية:

إن إطلالة عامة على الواقع العربي المعاصر تؤكد أن تكنولوجيا الاتصال قد باتت من الأسس والركائز لتغيرات اجتماعية وثقافية هامة، لقد غير الاعلام الاجتماعى مفهوم التواصل والتقارب، وأصبح المواطن إعلامياً ومحرراً ومنتجاً ومبدعاً من خلال ما يذيعه وينتجه وينشره على الإنترنت، وهكذا أصبحنا نسمع بمصطلحات جديدة مثل "المواطن الصحفي" ، وبدون أن نفهم هذا الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام فلن نستطيع فهم التغييرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات العربية .

ومن ثم فإننا أمام واقع جديد فرضه الإعلام الاجتماعى الجديد نفسه على عالمنا المعاصر، أصبحت فيه حرية تدفق المعلومات عبر وسائل الإعلام ونظم الاتصال تصل مباشرة للمستقبل بدون وسيط ، حيث أصبحنا بصدد منظومة جديدة من القيم والمعايير والأنماط الاجتماعية والثقافية التى تؤثر فى سلوك الفرد والسلوك الاجتماعى .

لقد كان لهذا الإعلام الاجتماعى أثره الكبير على الهوية الاجتماعية والوطنية وعلى الترابط الاجتماعي داخل المجتمع الواحد إيجابياً وسلبياً، حيث يؤدى الاستخدام الصحيح لهذه الوسائل إلى إشباع حاجات الفرد فى التعبير عن ذاته والتواصل مع الآخرين بشكل يزيد من درجة الاندماج الاجتماعى فى المجتمع فأصبح الإنسان اليوم يعد مجتمعه الافتراضي من ضمن اهتماماته وربما طغى على الجانب الاجتماعي الواقعي ، حيث يسمح الإعلام الاجتماعى للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، فحقق الإعلام الاجتماعى التواصل بين الأفراد فى بنية مجتمع افتراضى على أساس الاهتمام المشترك (بلد - مدرسة - جامعة - شركة... الخ) ، من خلال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التى يتيحونها للعرض.

إن الأسرة العربية تخضع اليوم لمجموعة من التحولات والمتغيرات والأحداث على كافة الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية ، بلاشك تؤثر وتهز تكوينها وبنيتها ووظائفها، وأدوار أفرادها وعلاقاتهم المتبادلة فيما بينهم، ومعتقداتهم وقيمهم، ونظراً لأن الشباب يمثلون مرحلة حرجة في حياة الأسرة، ويكتسبون عاداتهم واتجاهاتهم ومبادئهم الأخلاقية العامة فإنهم أكثر من يتأثرون بالآثار الإيجابية أو السلبية للإعلام الاجتماعى .

إن ثمة العديد من الاستخدامات السلبية للشبكات الاجتماعية، لعل أهمها نشر الأفكار الهدامة والتجمعات المخالفة للقيم والقانون، وعرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياء، والتشهير ونشر الشائعات والمضايقات، والتحايل والابتزاز والتزوير،انتهاك الحقوق الخاصة والعامة، انتهاك الخصوصية وانتحال الشخصيات ، ومن ثم يؤدى ادمان استخدام تلك الوسائل والاستخدام السىء لها إلى زيادة ميول الفرد الى العزلة الاجتماعية والتمركز حول الذات مما يزيد من الانطوائية بشكل يهدد السلوك الاجتماعى وزيادة الامراض النفسية وربما اتجاه البعض إلى الانحراف والى المواقع الاباحية، علاوة على أن الاستخدام السىء قد يمتد ليهدد منظومة القيم داخل المجتمع ، وبشكل يهدد الاستقرار الاسرى والاجتماعى، فكما رأينا سابقاً، كيف أشارت العديد من التقارير والدراسات إلى التأثير السلبى لإدمان استخدام وسائل التواصل

على حالات الانفصال والطلاق وتهديد الترابط الاسرى، الأمر الذى يجعلها تتحـول من أداة للتواصل لتكون عامل من عوامل عدم الاستقرار الاجتماعى.

وبلا شك، إننا نقف اليـوم أمـام ثـورة إعلاميـة غـير مسـبوقة، وإن المخـاطر المحتملة لهذا النوع الجديد من الإعلام الاجتماعى لا يعنـى بـالضرورة أنـه خطـر وشر للبشرية ولمجتمعاتنا العربية ، لان مثل هـذه الأخطـار إمـا أنهـا ناتجـة عـن الاستخدام السىء أو نتيجة عدم القـدرة عـلى التعامـل مـع مثـل هـذه التقنيـات الجديدة ، ولذلك فإن عدم وجود رؤية إسـتراتيجية في مواجهـة العولمـة الثقافيـة والتعامل مع مشكلات الأسرة والشباب التى سـيطر عليهـا فضـاء الإعـلام الرقمـى سوف يزيد مـن التحـديات والمخـاطر التـى تمثلهـا تلـك الظـاهرة عـلى التجـانس والاندماج الاجتماعى، بشكل يعمـق هيمنـة التطـورات التكنولوجيـة عـلى عالمنـا العربي، فتتفاقم مشكلات اجتماعية في الواقع الاجتماعي بصفة عامـة وفي محـيط الأسرة وقطاع الشباب بصفة خاصة .

وهذا يتطلب التعاون بين مختلف الجهات البحثيـة والأكاديميـة ومؤسسـات اتخاذ القرار من أجل وضع استراتيجية لترشيد اسـتخدام تلـك الوسـائل فى المسـار الصـحيح، ويجــب عــلى المؤسســات الاجتماعيــة،مثل مجــالس المــرأة والأمومــة والطفولة وغيرها، تدشـين حمـلات للتوعيـة ، تكـون مركـزة عـلى الطـلاب والآبـاء والامهات، من خلال إقامة محاضرات لتوعية أولياء الامور بطرق حمايـة أطفـالهم من مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي، وضرورة التواصل مع المراهقين من جهـة والمربين من جهة أخرى للسماع منهم وتقديم النصائح للطرفين على حد سواء.

وأعتقد أنه يجب تحديث بعض المناهج الدراسـية فى المـدارس والجامعـات، لتعليم التلاميذ والطلبة كيفية استخدام التواصل الاجتماعى ، والتوعية بايجابياتها وسلبياتها، وهذا يتطلب أيضاً جهداً من الأسرة فى متابعـة اسـتخدام ابنائهـا لهـذه الوسائل وترشيدهم ومراقبتهم ، ومن ثم حمايـة الأطفـال والمـراهقين مـن التـأثير السلبى لهذه الوسائل على سلوكهم الاجتماعى.

ثالثـاً : الأبعاد الاقتصـادية

إن من أهم معالم التغيير الذى أحدثته وسـائل الاعـلام الاجتماعـى فى البيئـة الاقتصادية العربيـة،هو إتجـاه العديـد مـن الشركـات العربيـة إلى اسـتخدامها فى

عمليـة التسـويق التجـاري، وأصـبحت محـط اهـتمام رجـال الأعـمال وأصـحاب الشركـات،لإن اسـتخدامها بشـكل صـحيح ومـدروس سـيعود بـالنفع عـلى العلامـة التجارية بمزيد من المبيعـات، فالتسـويق الاجتماعـي يقـدم أفضـل فرصـة لصـناعة السمعة القوية للعلامـة التجاريـة، بتكلفـة تكـاد لا تـذكر وبعائـدات أكـبر، فطـابع العلاقات التفاعلية المتبادلة الذي تتسـم بـه المواقـع الاجتماعيـة يسـمح للشركـات، صاحبة العلامات التجارية والماركات المسجلة بالتواصل بشكل مباشر مع عملائها .

وكما تبين لنا سابقاً ، فإن الدراسات المستقبلية للتسـويق تشـير إلى اسـتخدم المؤسسات والشركات والهيئات الإقتصادية والحكومية في منطقـة الشرق الأوسـط لهذه الوسائل بشكل واسع النطـاق وعـلى نحـو متزايـد وبسرعـة كبـيرة، وخاصـة الفيسـبوك Facebook، ولينكـدإن LinkedIn، وتـويترTwitter،التـي تسـتخدم بشكل متزايد من قبل أقسـام خدمـة العمـلاء والتسـويق في شركـات ومؤسسـات المنطقة.

ويقدم بعض الخبراء النصائح الهامة للشركات في هـذا الصـدد حتـى تـتمكن مـن التوسـع في السـوق والحصـول عـلى أعـلى حصـة سـوقية مـن خـلال وسـائل التواصل الاجتماعي، ومن أهمها صياغة المحتوى بطريقـة مختلفـة عـن الصـفحة الالكترونية، وأن يكون قصيراً،وأن تكون الرسائل قصيرة وهادفة بدلاً مـن الرسـائل الطويلة غير المترابطة، ويجـب أن تكـون الشركـة مميـزة مـن خـلال نشر محتـوى يجذب الأنظار في الوقت المناسب، واستخدم الصور ومقاطع أفـلام الفيـديو كلـما أمكن ذلك، والتأكد من نشر الرسـائل دائمـا بانتظـام، فالمحافظـة عـلى التجـدد في أذهان العملاء سوف يزيد من فرص زيارتهم لمتجر الشركة، وشراء منتجاتها.

وسوف يشعر عملاء الشركة الجدد بالترحاب من خلال اعـتماد لهجـة وديـة وغير رسمية، و يشعرون بأنهم مميزون من خلال تقديم عروض ترويجية حصرية لهم على الإنترنت، وكلما بـدت الشركـة قريبـة مـن العمـلاء وتركـز اهتمامًـا أكـبر عليهم ازداد احتمال محافظتها على قاعدة عملائهـا وتوسـيعها، وعـلى الشركـة أن تقـاوم إغـراء التحـدث عـن نفسـها فقـط، وأن تفكـر في انطبـاع تريـد أن تتركـه، وأن تحـافظ عـلى اهـتمام متـابعي رسـائلها مـن خـلال نشر المقـالات، والـروابط،

والمحتويات الأخرى التي تعتقد بأنهم سيجدونها مثيرة للاهتمام، ويجب أن تشجع التفاعل عن طريق طرح الأسئلة وتنظيم المسابقات، وإشراك العملاء في حوار حول الشركة ومنتجاتها، والاستماع إلى ما يقولونه، والحصول على تعليقاتهم، والإجابة على الرسائل والتعليقات دون الخوف من الانتقادات، بل الاعتراف بها واتخاذ الخطوات لمعالجتها.

ويجب الاستفادة من استخدام مختلف المنصات الاجتماعية، وتقديم رسالة ملائمة والتعبير عنها بطرق مختلفة لاختلاف الأشخاص الذين يستخدمون هذه المواقع، ويجب ان تدمج وسائل الاعلام الاجتماعى استراتيجيتها التسويقية وفى أعمالها كلها، وبذلك يمكنها التواصل بفاعلية مع موظفيها وعملائها، وسوف يكون من الأفضل استخدم مقاييس لقياس الاداء لمعرفة فعالية استراتيجيتها التسويقية عبر وسائل التواصل الاجتماعى .

ومن ناحية أخرى، إن حرص الشركات على جمع المعلومات عن نشاط منافسيها من خلال وسائل الاعلام الاجتماعية ، وتحليل تلك المعلومات للحصول على ميزة تنافسية، يجعلها تسعى إلى كشف الأسرار التجارية، من خلال استغلال تصريحات الموظفين أو والمتحدثين الرسميين، بالاضافة إلى أن الشركات قد تتعرض لأساليب احتيالية و برامج للتجسس، تساعد فى الحصول على معلومات قيمة، وتسهل اختراق أجهزة الكمبيوتر في الشركة.

فثمة العديد من المخاطر التى تواجه الشركات عند استخدام أدوات التواصل الاجتماعي بكافة أنواعها مما يزيد من تعرضها لعمليات اختراق الخصوصية، التي تتمثل في الاستخدام الغير السليم لمعلومات الشركة من جانب أشخاص غير مصرح لهم بالدخول إلى تلك المعلومات ، لذا يجب على الشركات اتخاذ جميع الإجراءات اللازمة لضمان حماية خصوصية البيانات والمعلومات من أي أخطار محتملة، و يجب عليها أن تنتبه إلى مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي، فليس هناك أى التزام بحماية الخصوصية على الجمهور الذي ينضم إلى صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بمواقع الشركات المنافسة، الذين قد يقدمون معلومات من خلال مواقع وسائل الاعلام الاجتماعية ، تماماً كما يفعلون في كثير من الحالات.

وينبغي أن يكون لدى الشركة نظام فعال يحلل حركة بيانات الويب أثناء حدوثها ويكتشف التهديدات التي ربما تكون مخبئة بها، فالتحليل اللحظي لروابط متغيرة باستمرار يساعد على تحليل المخاطر وتقديم حماية ملائمة من أجل الحفاظ على سلامة الوسائط الاجتماعية، ويجب إدارة ومراقبة الإجراءات والأنشطة التي يقوم بها الموظفون في مواقع الشبكات الاجتماعية،على سبيل المثال، ويجب وضع قواعد تقيد قيام الموظفين بتحميل المرفقات أو الصور أو الفيديوهات لمواقع الوسائط الاجتماعية، وبذلك تتجنب الشركة المخاطر التي قد تتعرض لها سمعتها، من خلال التحكم الدقيق الكامل في ما يمكن فعله في مواقع الشبكات الاجتماعية وما لا يمكن فعله، تتجنب الشركة التعرض لخسائر مالية باهظة .

وينبغي أن تكون الشركة قادرة على وضع وصياغة سياسات استخدام مقبولة في الوسائط الاجتماعية لتحقيق أعلى إنتاجية ، فعلى سبيل المثال يمكنها منع الوصول للألعاب خلال ساعات العمل، حتى لا تؤثر على تطبيقات الأعمال الحيوية،فالقدرة على وضع حد فاصل بين مواقع الشبكات الاجتماعية والتطبيقات الخاصة أو المحتوى في هذه المواقع أمر حيوي وأساسي لوضع سياسة استخدام مقبولة وفعالة، فإذا اختارت منع الألعاب، يمكن أن تمنع الألعاب داخل مواقع الوسائط الاجتماعية، ويمكن للشركة أن تعوض تأثير أي تدهور محتمل في الأداء بالتخزين المؤقت، الذي يسمح بتخزين ملفات الفيديو والبيانات على الحاسب بعد تنزيلها في البداية وإتاحتها بصورة جاهزة للمستخدمين الذين يرغبون في الوصول إليها لاحقاً، بهذه الطريقة، يمكنها تفعيل الوصول للشبكات الاجتماعية دون التأثير على أداء حركات البيانات الأخرى على الشبكة.

ويبدو واضحاً، قلق العديد من الشركات والمكاتب الاستشارية وبعض المهن مثل المحاماة ، حول هذا الإنتشار لشبكات التواصل وتأثيره، سواء مباشرة أو غير مباشرة، فعلى الشركات الاستشارية التيقظ، عند إبداء رأي استشاري على الشبكة ، فيجب أن يكون هذا الرأي مغلقاً ضمن دائرة خاصة مع تطبيق تقنيات السرية والأمان، ويجب حفظ نسخة عن هذه الإستشارة، مع الأخذ بعين الإعتبار أن أغلبية معلومات وبيانات شبكات التواصل هي معدة للتجارة وفقاً

لمبدأ السعر الأعلى، كما يجب التنبيه قبل البدء بالمراسلة أو المحادثة، بتهيىء الوقت والمكان المناسب للتواصل، بالتالي ضمان أمان سرية التواصل والمعلومات المهنية.

وفي الواقع، ينبغي تعديل مختلف التشريعات والقوانين الاقتصادية فى العالم العربى لكى تتماشى مع هذا التطور التكنولوجي لكي تشمل شبكات التواصل الإجتماعي، فلا بد من مواكبة هذا التطور التكنولوجي والتماشي معه، في ظل غياب مصادر تشريعية متخصصة.

رابعاً : الابعاد السياسية

لقد لعب الاعلام الاجتماعى دوراً هاماً في المظاهرات الإحتجاجية التي وقعت في المنطقة العربية، بحيث أصبح قناة للتواصل بين الأحزاب السياسية والناشطين السياسيين، فساهم في تغيير الخريطة السياسية الداخلية، من خلال قدرته على حشد الجماهير التي أسست دولة افتراضية على الانترنت، وكانت هذه الدولة فضاءاً مناسباً لمناقشة الأوضاع بين الجميع والتنسيق بينهم للتحرك في الوقت المناسب للثورة على الاستبداد ، وفي إطار ذلك أثار الاعلام الاجتماعى تساؤلات كثيرة عن الدور الذي لعبه في ثورات الربيع العربي .

وقد أنقسم المحللين بشأن الدور الذى لعبه الإعلام الاجتماعى ، ما بين فريق يرى أهمية دوره كلاعب أساسى ورئيسى فى ثورات الربيع العربى، وفريق أخر يرى أن الإعلام الاجتماعى ما هو إلا أحد العوامل والأسباب التى ساعدت على نجاح الربيع العربى، ويعللون ذلك باستمرار الثورة رغم الانقطاع المتقطع للانترنت ، وفشل الاعلام الاجتماعى فى تحقيق نفس النتائج فى دول عربية مثل سوريا ، بينما يرى اتجاه وسطى أن دور الإعلام الاجتماعى قد تم تناوله بنوع من المبالغة والتبسيط على حد سواء، وأنه لا يمكن كشف دور التكنولوجيا من خلال بعد واحد، ويمكن معرفة هذا الدور من خلال تطبيق خمسة مستويات تحليلية مختلفة، وهي المتعلقة بالفرد، والعلاقات بين الجماعات، والعمل الجماعي، وسياسات النظام، والاهتمام الخارجي أو الدولي.

وعلى أية حال ، لايمكن ان نتجاهل الدور الذى لعبه الإعلام الاجتماعى فى مختلف مراحل الثورة بداية من نشر الصور التى أبرزت المعاملة الوحشية والقمعية للثوار ومن ثم التأثير على الرأى العام ثم دعوة الشعب للحشد فى

الميادين ، ثم التحرك لإسقاط النظم من خلال استخدام الخرائط التى تحدد حركة المسيرات وأماكن التجمع ....الخ.وبالتالى أصبحت وسائل التواصل الإجتماعي سلاحاً فاعلاً بيد الشباب في مواجهة الأنظمة الطاغية ، فكسرت وحطمت الحصار المفروض على الإعلام ، وهو ما أكدتها الأحداث الأخيرة في كل من تونس ومصر، فقد استخدم الشباب تلك الوسائل فى نشر وتبادل الأخبار عن أماكن وأوقات الحشد فى الميادين العامة مثل ميدان التحرير فى مصر.

ومن ثم فقد طغى استخدام وسائل الاعلام الاجتماعى فى مختلف المجالات السياسية ، ووسعت بلاشك نطاق المشاركة السياسية لتضم الجماعات المهمشة والتى لم تكن تستطع ايصال صوتها ، وأصبحت أداة للتواصل السياسى بين الاحزاب السياسية وجماهيرها ، وبين المجتمع المدنى والمجتمع، وأداة للتعبئة السياسية والحملات الانتخابية خلال الانتخابات البرلمانية والرئاسية فى مختلف دول العالم .

غير أنه من الأهمية بمكان، وتحتم علينا الموضوعبة العلمية، أن نحذر من بعض المخاطر السياسية المحتملة لهذ الوسائل ، فقد تؤدى فى بعض الأحيان إلى حالة من الاستقطاب السياسى داخل المجتمعات، خاصة عندما تتشكل الجماعات الأفتراضية على الشبكة على طول خطوط الانقسامات الدينية والطائفية، مثلما حدث فى البحرين بين الشيعة والسنة، ومثلما يمكن أن بحدث فى مصر بين المسلمين والمسيحين، أو بين جماعات الاخوان والجماعات الأخرى، التى تجدها ملاذاً لنشر الأفكار الهدامة وترويج الشائعات والدعوات التخوينية والعدائية التى تثير الانقسام المجتمعى وربما الحروب الأهلية.

وفي ضوء ما تقدم، فإن تأثير وسائل الإعلام الإجتماعية ينمو بشكل متزايد وغير مسبوق، الأمر الذى يسلتزم من المؤسسات السيادية فى مختلف الدول العربية أن تتجه إلى وضع الاستراتيجيات التى تستهدف دراسة الرأى العام وأن تعتمد على وسائل الإعلام الاجتماعى فى ذلك الصدد، وأن تتخذ ما يلزم من اجراءات ووضع قوانين وتشريعات جديدة تفيد فى هذا التوجه، بل يجب مواكبة الحكومات العربية لهذا النوع من الإعلام الجديد، ولعل الأحداث الأخيرة التي عرفتها مصر و تونس، قد برهنت عن خروج هذه الوسائل عن

سيطرتها،الامر الذى يتطلب التكيف معه بأساليب جديدة، لا تعنى بالضرورة تقييد الحكومات للحريات المدنية، وانما المزيد من الشفافية والمهنية فى التعامل مع مطالب الشعوب .

خامساً: الأبعاد الامنية

لقد أصبحت وسائل الإعلام الاجتماعية ضمن دائرة اهتمام الأجهزة الأمنية و الشرطية، وتبذل العديد من الجهات البحثية والجنائية جهداً مكثفاً فى نشر المعلومات للجمهور حول المسائل المتعلقة بالجريمة الالكترونية وأشكالها المتغيرة ، خاصة بعد ظهور دور الإعلام الاجتماعى منذ ثورات الربيع العربى.

وتسعى الأجهزة الأمنية اليوم إلى أن تتعلم وتتحدث اللغة التى أصبح يتقنها الشباب العربى من خلال وسائل التواصل الاجتماعى، والاستفادة منها فى تعميق الإعلام الأمنى وتوظيفها لخدمة التوعية الأمنية للقضايا الملحة ذات الطابع الأمنى التى تؤثر على الرأي العام في المجتمع، ومراجعة المواد الإعلامية المذاعة والمنشورة والتى تخص جهاز الشرطة على تلك المواقع، وتنظيم الدورات التدريبية فى العلوم الأمنية عن كيفية عرض الأخبار التي تخص جهاز الشرطة بشكل موضوعي فى وسائل الإعلام الاجتماعى ، بشكل لا يؤثر بالسلب علي علاقة الأجهزة الأمنية بالشعب، حيث حتم عليها هذا التطور التكنولوجى ضرورة تواجدها بشكل جدى على مواقع التواصل الاجتماعى، لتتحاور مع الجميع عن الإيجابيات و تستمع إلى السلبيات من أجل تلافيها.

وفى هذا الصدد يوصى الخبراء بأهمية دراسة وتحليل اتجاهات الرأى العام حول الخدمات التى تقدمها الشرطة للجمهور وتلقى شكاوى المواطنين بشأن تلك الخدمات والإهتمام بمعالجتها، فهذا يساعد علي تقييم جهود التوعية المبذولة وترشيدها تحقيقاً للأهداف المنشودة وليكن ذلك من خلال إدارة متطورة لتقييم الأداء الأمني.

ويجب أن يأخذ رجال الشرطة زمام المبادرة في استكشاف هذه القضايا الأمنية الجديدة وتطوير برامج لدراسة التحديات والتغلب عليها، ولاشك ان الاستفادة من التقنيات الجديدة سوف تجعلها أكثر كفاءة وفعالية، فيجب الاستفادة من التغييرات الجارية في هذا المجال ، فالتهديد الإرهابي قد تغير، لانه أصبح بإمكان الجماعات الإرهابية الانتقال إلى أجزاء مختلفة من العالم ،

وأصبحت وسائل الإعلام الجديد بيئة خصبة للجماعات الإرهابية، من شانها أن تسمح بالمزيد من التطرف، حيث تتيح هذه البيئة الرقمية للإرهابيين الفرصة لتجنيد الأفراد المتطرفين عن بعد، وتسهيل تهريب الأسلحة والمواد غير المشروعة.

ويجب أن تنتبه أجهزة الشرطة إلى استخدام نفس الأدوات فى تلقى شكاوى الجماهير حول تصرفات رجال الشرطة، وما يقومون به من أى إجراء متعدى على الحريات العامة وخاصة في الأماكن العامة، فهناك رقابة شعبية تراقبهم عبر الإعلام الاجتماعى ، حيث يمكن بسهولة للمواطن أن يقوم بتسجيل وتحميل فيديو لمثل هذه الانتهاكات التى تنتهك الحريات العامة على اليوتيوب أو على أى موقع آخر للشبكات الاجتماعية على الفور، ومن ثم كشف وفضح الممارسات غير القانونية ، والتى بلا شك تأجج مشاعر الاستياء والتذمر والتمرد بشكل يهدد الاستقرار ، وقد رأينا كيف كانت هذه الممارسات سبباً من أسباب الثورة .

ولذلك يجب أن تحرص الجهات الأمنية على توعية رجال الأمن بضرورة التصرف بشكل لائق في الأماكن العامة وداخل أقسام الشرطة أيضاً ، وذلك من خلال نشر ثقافة احترام المواطن ، كما أن ذلك يحتاج بالطبع إلى إجراء العديد من التعديلات على المناهج الدراسية فى كليات الشرطة وفى الأكاديميات الأمنية، فسوف تفيد هذه الجهود فى احترام حريات المواطنين وفقا لمبادىء القانون، كما يجب أن تكون الإجراءات الرامية إلى تعزيز أمننا القومي متسقة مع التزاماتنا، المتعلقة بحرية التعبير، والحق في تلقي ونقل الأفكار، والحق في الخصوصية، وينبغي الا تتعارض مقتضيات الدفاع القومى مع الالتزام بالتمسك بالحريات المدنية، ويجب استغلال وسائل الاعلام الاجتماعية كأداة تساعد الشرطة على حماية المواطنين و منع الجرائم بصفة عامة والجرائم الالكترونية بصفة خاصة.

إن مثل هذه التطورات التكنولوجية والتحولات الجارية فى الفضاء المعلوماتى تتطلب بلا شك من أجهزة الأمن القومى فى الدول العربية المزيد من الحيطة والحذر واليقظة ، فالمخاطر الأمنية الخارجية القادمة عبر الإعلام الاجتماعى لا تقل أهمية عن التحديات الأمنية الداخلية، فالمخاطر التى تطل

برأسها من شبكة الانترنت لا تتوقف، فقد كشفت العديـد مـن الصحف العالميـة عن تفاصيل برامج للتجسس والاختراق المعلوماتى عـبر شـبكة الإنترنـت، وكشـفت وثائق سرية جديـدة عـن الـنظم الأمريكيـة فى التجسـس عـبر الانترنـت ووسـائل الاتصال الحديثة والتى تطورت حتى استخدام الإعـلام الاجتماعـى، وقـد شـاهدنا معاً كيف كشفت الوثائق المسربة المسربة من وكالة الأمن القومي الأمريكية، عن عمليات التجسس على قادة الدول، أبرزهم المستشارة الألمانية والرئيسة البرازيلية ديلـما روسـيف، مـن خـلال جمـع بيانـات مـن الرسـائل الإلكترونيـة والنصـوص والملفات الصوتية وأشرطة الفيديو.

وعرضنا كيف تستخدم أجهزة المخابرات الأمريكية وسائل الإعلام الاجتماعية لتتبع كل شيء عن الرأي العام المحـلى والعـالمى، لتقـديم تقـارير معلومـات عنـه للبيت الأبيض، وكيف تتابع كل ما يـنشر فى وسـائل الإعـلام، بدايـة مـن الصـحف والقنوات الإخبارية التلفزيونية والمحطات الإذاعية المحلية، حتى غـرف الدردشـة على الإنترنت.

وقد أعترفت العديد من وسائل الإعلام الإسرائيلية بالفعل عن إنشـاء وحـدة تابعة للاسـتخبارات العسـكرية تشـكلت عقـب انـدلاع الثـورات العربيـة، لرصـد مواقـع التواصـل الاجتماعـي فى العـالم العـربى، ودراسـة المعلومـات الـواردة عـلى المواقع الاجتماعية عبر الفيسبوك وتويتر، بهدف مراقبة الشـباب العـربى واخـتراق فكرهم والتواصل معهم وإستقطابهم وتجنيدهم .

بل ان الأمر الذى أثار فزع وقلق أجهزة الأمن القومى فى مختلف دول العالم هو تحول الإعلام الإجتماعى ليكون أداة تخريبية وهدامة، وأداة لنشر الفكر المتطرف عبر حدود الدول الوطنية، خاصة عندما يصل إلى ايادى الجماعـات الإجراميـة والمتطرفـة، فليس صعباً على الجماعات المتطرفة والإجرامية والإرهابية أن تستخدم أدوات الإعلام الاجتماعى فى تطوير استراتيجياتها بعيدة المدى، وأن تصبح أكثر مهـارة في الاسـتفادة القصوى من تكنولوجيات الاتصال التى أصبحت في متناول الجميـع، وكـما أشرنـا إلى ذلك سابقاً، فاليوم يتم تجنيد الإرهابيين عن بعد ، وتوجيه الاستراتيجيات العالمية عبر منصات وسائل الإعلام الاجتماعية، مثل الفيسبوك، اليوتيوب، وتويتر، التى تسـتهدف تجنيـد العنـاصر الإجراميـة، حتـى أصـبح الإعـلام الاجتماعـى قنـاة هامـة لإصـدار

الأوامر والتعليمات، وأداة لتدريب العصابات الإجرامية على تصنيع العبوات الناسفة ، لاستهداف المؤسسات الحيوية فى مختلف الدول .

ومن ثم ، فمع ظهور الإعلام الاجتماعى تطور الإرهاب الالكتروني من خلال استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية، وبات أمراً مهدداً ومفزعاً لأجهزة الاستخبارات والأمن القومى فى مختلف دول العالم ، فرفع مستوى التهديد الداخلي لمستوى لا يمكن التنبؤ به، الأمر الذى يتطلب تكثيف الجهود الأمنية والشرطية والاستخباراتية لتثقيف المجتمع حول أساليب استخدام الإرهابيين لوسائل الإعلام الاجتماعية فى التحريض على العنف والنيل من الاستقرار الوطنى.

وتأسيساً على ما تقدم، فبرغم التحديات والمخاطر الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والأمنية لظاهرة الإعلام الاجتماعى وانتشارها فى العالم العربى ، فإن الإعلام الاجتماعى يحمل طابعاً تقدمياً قياساً بالإعلام التقليدى الذي كان يحتكر المعلومة ويحجب الأخبار وتطورات الأحداث عن الجمهور ، ويحمل فى طياته العديد من الفرص التى يجب أن نستفيد منها فى الإطار الثقافى والاجتماعى بشكل يتوافق مع خصوصية النظم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والقانونية فى العالم العربى، وهذا يتطلب بلاشك ضرورة التغيير التشريعى وتغيير الاستراتيجيات والخطط لتتماشى مع مثل هذه التطورات، وتعلم تقنيات التطور التكنولوجى لمواجهة هذه التحديات والمخاطر الداخلية والخارجية القادمة من هذا الفضاء الرقمى .

وفى النهاية، يجب أن ألفت انتباه القارىء، أن هذه الرؤية السابقة التى عرضت لها فى هذا الكتاب ما هى سوى محاولة متواضعة منى لفهم هذه الظاهرة بأبعادها المختلفة، لتقديم رؤية تقريبية أعم وأشمل، وأرجو أن أكون قد وفقت فى ذلك ، وفى ظنى واعتقادى الشخصى هناك العديد من التساؤلات التى لا تزال تحتاج إلى إجابة والمزيد من الدراسة عن الظاهرة فى مختلفات التخصصات، وخاصة من جانب القانونيين وأساتذة القانون لدراسة التعديلات التشريعية اللازمة، وأرجو أن يعفو القارىء عن اغفال أى معلومة أو خطأ أو سهو، وأدعو الباحثين جميعاً إلى مزيد من الدراسة والبحث حتى تتكامل جهوداً جميعاً من أجل الاستفادة من التطورات التكنولوجية عموماً فى مجال الانترنت ومواجهة تحدياتها فى مختلف المجالات.

مراجع أخرى للمؤلف:

الكتب:

- المعونة الأمريكية أفريقيا: دراسة فى أبعادها السياسية والتنموية،2012

- تجربة التحول الديمقراطي فى النيجر والدروس المستفادة منها مصريا،2012 .

الكتب المترجمة

- ستيفن ساليا ومونيكا وفلد (محرران) : **التحولات السياسية وآفاقها المستقبلية فى الدول المتوسطية الناشئة** ،(القاهرة : مركز جامعة القاهرة للترجمة والنشر ،2014).

فصول فى دوريات وكتب محررة :-

- الفكر السياسى وإعادة بناء الدولة العصرية فى مصر ، فى د. غيضان السيد على (محرر) : عقلانية بلا ضفاف : الظاهرة السياسية والدينية فى أعمال الخشت الفكرية ،(القاهرة : دار الكتاب العربى ،2013) .

- الفكر السياسى عند يحى هويدى " ، فى د.غيضان السيد على (محرر) **": يحى هويدى فيلسوفاً: دراسات عنه وابحاث مهداة** ،(القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الآداب ، مركز الترجمة التخصصية ،2012) **.**

- العلاقات المدنية – العسكرية ومسار عملية التحول الديمقراطى فى النيجر منذ عام 1991 ، **مجلة الشئون الافريقية** ،(القاهرة : جامعة القاهرة ،معهد البحوث والدراسات الافريقية ، العدد الأول ، المجلد الأول،يناير 2013).

- " الفكر السياسى عند رجاء جارودى "، **أوراق فلسفية (علمية محكمة)** ،(القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الاداب ، العدد القادم (36)، 2013).

موضوعات قيد النشر :-

– **دراسة اقتصادية بعنوان** " تجربة منطقة النقد المشترك : دراسة لإمكانيات وتحديات الاتحاد النقدى فى الجنوب الأفريقى ".

المجلات والصحف :

- الربيع العربي ...والمواجهة السعودية - الإيرانية فى المنطقـة العربيـة، **مجلـة سطور** ، العدد الرابع عشر، تونس ، 5 يناير 2014 .
- الإعلام الاجتماعى والتحولات السياسية فى العالم العربى، **مجلة سطور**، العدد الخامس عشر ، فبراير 2014 .
- الإعلام الاجتماعى والتسـويق التجـارى فى المنطقـة العربيـة، **مجلـة سـطور**، العدد السادس عشر، مارس 2014.

Book Review :

Stephen Calleya and Monika Wohlfeld (eds): Change and Opportunities in the Emerging Mediterranean , **Alternatives, Turkish Journal of International Relations,** 2013 Fall / Vol.: 12 - Num.: 3 Special Issue: the Arab Spring,(Yalova :Yalova University,Center for International Conflict Resolution,2013)

فهرس المحتويات

الفصل الرابع

الأبعاد السياسية

الفصل الخامس

الأبعاد الأمنية

تم بحمد الـلـه



د. حمدي بشير

نبذة عن المؤلف

الدكتور حمدى بشير محمد على، هو عضو المكتب الفنى للسيد وزير التجارة والصناعة المصرى، من مواليد 23مارس 1977، محافظة الفيوم، جمهورية مصر العربية ، تخرج من من كلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة القاهرة ، قسم العلوم السياسية مايو 2000، ثم حصل على درجة الماجستير 2009، والدكتوراة 2012.
و تقدم أعماله رؤية واقعية وتحليلية عميقة للسياق السياسى فى دول العالم الثالث والعالم العربى، وقد صدر له العديد من المؤلفات ، اهمها كتاب المعونة الأمريكية لافريقيا : دراسة فى أبعادها السياسية والتنموية ، والتحول الديقراطى فى النيجر، وشارك فى العديد من الكتب المحررة، وله إسهام أدبي يتمثل في أعمال ثقافية منشورة، كما أن له مقالات دورية وغير دورية في عدد من الصحف المصرية والعربية.
ويعتبر هذا الكتاب من أهم اعماله التى تقدم رؤية تحليلية للسياق الاجتماعى والاقتصادى والسياسى والامنى العربى فى ظل المتغيرات الجديدة التى فرضتها ظاهرة العولمة، حيث يتناول ظاهرة حديثة وهى الاعلام الاجتماعى مع دراسة لأبعادها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية







الأردن - عمان
هاتف ٠٠٩٦٢٦٤٨٨٨٣٦١
فاكس ٠٠٩٦٢٦٤٨٨٩٦٥١
www.amwaj-pub.com
amwajpub@yahoo.com